

**MOTIVASI MAHASISWA DALAM MEMILIH JURUSAN
MANAJEMEN DAKWAH FAKULTAS DAKWAH DAN
KOMUNIKASI UIN ALAUDDIN MAKASSAR**



SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos) pada Jurusan Manajemen Dakwah
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar*

Oleh:
IJJAS
NIM: 50400110004

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN ALAUDDIN MAKASSAR
2014**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi saudara Ijjas, NIM: 50400110004, Mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan dengan judul “Motivasi Mahasiswa dalam Memilih Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar”, memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui dan diajukan ke sidang Munaqasyah. Demikian persetujuan ini diberikan untuk proses selanjutnya.

Makassar, 12 Desember 2014

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Misbahuddin, M.Ag

NIP. 19701208 200003 1 001

Dr. Irwan Misbach, SE.,M.Si

NIP. 19730116200501 1 004

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ijjas
NIM : 50400110004
Tempat/Tgl. Lahir : Bisara, 15 April 1992
Jur/Prodi/Konsentrasi : Manajemen Dakwah
Fakultas/Program : Dakwah Dan Komunikasi/S1
Alamat : Bontonompo Selatan Kab. Gowa
Judul : Motivasi Mahasiswa Dalam Memilih Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

Dengan penuh kesadaran, penulis yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penulis sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

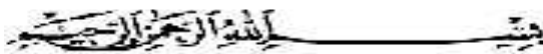
Makassar, 12 November 2014

Penyusun,

Ijjas

NIM: 50400110004

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alamin segala puji hanya milik Allah swt atas rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dicurahkan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai. Salam dan shalawat senantiasa penulis haturkan kepada Rasulullah Muhammad Sallallahu' Alaihi Wasallam sebagai satu-satunya *uswa* dan *qudwah*, petunjuk jalan kebenaran dalam menjalankan aktivitas keseharian kita.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menghaturkan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada kedua orang tuaku yang tercinta ayahanda **Hamjah** dan ibunda **Nujiaty**, atas kasih sayang, bimbingan, nasehat, pengorbanan dan do'a yang tiada henti, semuanya tidak akan bisa tergantikan dengan apapun di dunia ini, semoga Allah senantiasa menjaga, menyayangi dan memberi petunjukNya kepada kalian.

Penulis juga menyadari tanpa adanya bantuan dan partisipasi dari berbagai pihak, skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan seperti yang diharapkan. Oleh karena itu penulis patut menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor UIN Alauddin Makassar Prof. Dr. H. A. Qadir Gassing H.T., M.S., dan para Wakil Rektor UIN Alauddin Makassar beserta jajarannya.
2. Dr. Hj. Muliaty Amin, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar serta para Wakil Dekan serta para stafnya.
3. Dr. Misbahuddin, M.Ag dan Siti Nasriah, M. Sos.I masing-masing Selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Manajemen Dakwah.
4. Dr. Misbahuddin, M.Ag dan Dr. Irwan Misbach, SE., M.Si selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang dengan ikhlas banyak meluangkan

waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis hingga terwujudnya skripsi ini.

5. Drs. Muh Anwar, M. Hum dan Hamriani, S. Sos, M. Si. Selaku penguji Munaqisy I dan penguji Munaqisy II
6. Para dosen serta pegawai dalam lingkup Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar yang telah memberikan bantuan, bimbingan dan ilmu pengetahuan selama penulis menempuh pendidikan.
7. Para ketua tingkat dan adik mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah angkatan 2013, yang telah membantu penulis dalam penelitian.
8. Teman-teman seperjuanganku Manajemen Dakwah 2010 terutama Alan, Ibnu, Syafe'i, Misbah dan Risma serta rekan-rekan mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah yang tidak disebut satu per satu, yang telah menemani penulis menjalani suka duka dunia kampus.
9. Seluruh teman-teman Kuliah Kerja Nyata (KKN) UIN Alauddin Makassar Angkatan ke-49 Desa Bilanrengi Kec. Parigi.
10. Pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian penulisan ini.

Akhirnya, harapan penulis semoga tulisan ini bermanfaat bagi pengajaran motivasi. Semoga bantuan, dorongan, dan motivasi yang telah diberikan bernilai ibadah di sisi Allah swt dan mendapat pahala yang setimpal.

Makassar, 12 Desember 2014.

Penyusun

Ijias

NIM: 50400110004

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
ABSTRAK	x
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus	6
D. Kajian Pustaka.....	7
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	 10
A. Pengertian Motivasi	10
B. Teori-teori Motivasi	18
C. Faktor yang Mempengaruhi Motivasi.....	31
D. Model Pengukuran Motivasi	34
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 36
A. Jenis dan lokasi Penelitian	36
B. Metode pendekatan	36
C. Sumber data	37
D. Metode pengumpulan data	38
E. Teknik Analisis Data.....	39
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 41
A. Profil Jurusan Manajemen Dakwah	41
B. Motivasi Mahasiswa dalam Memilih Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar	49
C. Faktor yang Dominan dalam Memotivasi Mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.	56
 BAB V PENUTUP	 59
A. Kesimpulan	59
B. Implikasi Penelitian	59
 DAFTAR PUSTAKA	 61
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
	ba	b	be
	ta	t	te
	a		es (dengan titik di atas)
	jim	j	je
	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
	kha	kh	ka dan ha
	dal	d	de
	ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
	ra	r	er
	zai	z	zet
	sin	s	es
	Syin	sy	es dan ye

	şad	ş	es (dengan titik di bawah)
	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
	Ẓa	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
	‘ain	‘	apostrof terbalik
	gain	g	ge
	fa	f	ef
	qaf	q	qi
	kaf	k	ka
	lam	l	el
	mim	m	em
	nun	n	en
	wau	w	we
هـ	ha	h	ha
	hamzah	‘	apostrof
	ya	y	ye

Hamzah () yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

B. Vocal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	<i>fathah dan ya</i>	ai	a dan i
اَوَّ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ: *kaifa*

هَوْلَ: *hauila*

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan T	Nama
اَ... آ...	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> ata		a dan garis di atas
إِ	<i>kasrah</i> dan <i>y</i> '		i dan garis di atas
أُ	<i>dammah</i> dan <i>wa</i>		u dan garis di atas

D. T 'marbutah

Transliterasi untuk *t 'marbutah* ada dua, yaitu: *t 'marbutah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *t 'marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *t 'marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *t 'marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

: *raudah al-atf l*

الْمَدِينَةُ : *al-mad nah al-f dilah*

: *al- ikmah*

ABSTRAK

Nama : IJJAS

NIM : 50400110004

**Judul Skripsi : MOTIVASI MAHASISWA DALAM MEMILIH JURUSAN
MANAJEMEN DAKWAH FAKULTAS DAKWAH DAN
KOMUUNIKASI UIN ALAUDDIN MAKASSAR**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui motivasi mahasiswa dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar dan untuk mengetahui faktor yang dominan dalam memotivasi mahasiswa dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan manajemen dan metode pengumpulan datanya dilakukan dengan wawancara terhadap mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah angkatan 2013 sebanyak 10 orang, data yang terkumpul diolah dengan isi menggunakan metode induktif yaitu reduksi data, display data, penarikan kesimpulan dan verifikasi data. Dari hasil penelitian dianalisis dan disimpulkan bahwa motivasi mahasiswa dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar ialah adanya faktor internal dan eksternal sebagai faktor pendorong mahasiswa dalam memilih kuliah di Jurusan Manajemen Dakwah pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, sementara faktor yang dominan dalam memotivasi mahasiswa dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar adalah faktor internal yang menjadi faktor penggerak pertama dan utama yang mendorong mahasiswa untuk kuliah di Jurusan Manajemen Dakwah pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar disebabkan karena adanya keinginan dan harapan dalam mencapai tujuannya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia pendidikan mempunyai peran yang sangat penting dalam peningkatan mutu sumber daya manusia menuju jenjang profesi dalam berbagai bidang seperti bidang hukum, ekonomi, teknologi dan sosial budaya terutama semenjak memasuki jenjang perguruan tinggi.¹

Secara historis pertumbuhan dan perkembangan pendidikan Islam di Indonesia sangat terkait dengan kegiatan dakwah Islamiah. Pendidikan Islam berperan sebagai mediator dalam memasyarakatkan ajaran Islam kepada masyarakat dalam berbagai tingkatannya. Pendidikan Islam sebagai sebuah sistem, mengandung berbagai komponen yang antara satu dan lainnya saling berkaitan.² Untuk mengembangkan suatu tatanan masyarakat Islam modern, maka pendidikan Islam merupakan agen penting sebagai media transformasi nilai budaya dan pengetahuan. Bellin dan Toten mengemukakan bahwa Pendidikan akan mendorong berkembangnya *intelengensi* dan produk kebudayaan masyarakat.³ Melalui pendidikan inilah, masyarakat Indonesia dapat memahami, menghayati dan mengamalkan ajaran Islam sesuai dengan ketentuan Al-qur'an dan Assunnah.⁴ Hal ini erat kaitannya dengan berdirinya Institut Agama Islam (IAIN) di Indonesia. Lahirnya IAIN di Indonesia merupakan perkembangan lebih lanjut dari hasrat umat Islam untuk memiliki

¹Abdul Munir Muhkam, *Paradigma Intelektual Muslim: Pengantar Filsafat Pendidikan dan Dakwah* (Yogyakarta: Si Press, 1993), h. 123.

²Sudirman, dkk, *Ilmu Pendidikan* (Jakarta: Mutiara, 1986), h. 65.

³Bellin dan Toten, *Moderinisasi dan Masalah Model Pembangunan Terjemahan* (Jakarta: Yayasan Ilmu-ilmu Sosial, 1985), h. 19.

⁴Makalah Pendidikan Islam, *Makalah-Pendidikan-Islam*, <http://ceritakuaja.wordpress.com>, Diakses pada tanggal 23 Oktober 2014.

lembaga pendidikan tinggi Islam. Hal ini dapat pula dilihat dari perkembangan lembaga pendidikan Agama Islam yang ada di wilayah Indonesia timur seperti halnya pada lembaga perguruan tinggi Islam IAIN Alauddin Ujung Pandang yang sekarang telah berubah menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar yang memiliki beberapa Fakultas yang diantaranya adalah Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar pada awalnya berlokasi di Kabupaten Bulukumba (sekitar 153 km arah selatan Kota Makassar), yang ide pendiriannya telah muncul pada tahun 1968 atas inisiatif dan prakarsa pemerintah daerah dan tokoh masyarakat di Bulukumba dan berstatus sebagai Fakultas Ushuluddin Filial Bulukumba, Fakultas ini kemudian diresmikan menjadi Fakultas Dakwah IAIN Alauddin cabang Bulukumba oleh Menteri Agama RI (Bapak K.H. Muhammad Dahlan) pada tanggal 1 Rabiul Awal 1390 H di Palu Sulawesi Tengah berdasarkan SK Menteri Agama RI No.253 tahun 1970 tanggal 31 September 1970 berstatus filial atas inisiatif Rektor IAIN Alauddin (sekarang UIN Alauddin), Drs. H. Muhyiddin Zain dan Dra. Syamsiah Noor ditunjuk sebagai Dekan sedangkan penanggung jawab adalah Kepala Daerah Tk. II Bulukumba, Drs. Andi Bakri Tandaramang dan dibantu beberapa tokoh masyarakat Bulukumba.⁵

Fakultas Dakwah pindah di Makassar tahun 1988 dan membuka jurusan PPAI dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, memiliki beberapa Jurusan diantaranya Jurusan Manajemen Dakwah. Jurusan Manajemen Dakwah berdiri sejak tahun 1996 dan mendapatkan SK operasional dari Menteri Agama RI dengan Nomor SK Menteri Agama Nomor E/50/1999 tanggal 25 Maret 1999, sebagai jawaban atas

⁵Badan Eksekutif Mahasiswa, *Mengenal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar* (Makassar, 2013), h. 8.

perkembangan dan tuntutan kebutuhan, sekaligus menganulir pemahaman reduksionis yang menganggap dakwah sebagai *Khitabah* atau *Tablig* (Ceramah), bertujuan memberikan pemahaman tentang teori-teori lembaga dakwah, menghasilkan lulusan yang mampu mengelola lembaga-lembaga dakwah dengan sistem manajemen modern, menghasilkan lulusan yang mampu mempraktekkan teori-teori Manajemen Dakwah dalam mengendalikan lembaga-lembaga dakwah, memiliki lulusan yang mampu mengembangkan lembaga-lembaga dakwah secara profesional, menghasilkan lulusan yang mampu melakukan kerjasama dengan lembaga-lembaga dakwah.⁶ Jurusan ini mendapat sambutan baik dan menarik minat calon mahasiswa dengan angka yang cukup signifikan, apalagi setelah jurusan tersebut terakreditasi B berdasarkan SK Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Nomor: 013/BAN-PT/Ak-XII/SI/VI/2009 tanggal 5 Juni 2009. Perkembangan mahasiswa dari tahun ke tahun mengalami perkembangan yang cukup signifikan, hal ini menunjukkan adanya pemahaman yang lebih baik dari masyarakat terhadap Jurusan Manajemen Dakwah.⁷

Untuk melihat perkembangan mahasiswa 5 tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Perkembangan mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi 5 tahun terakhir berdasarkan jenis kelamin.

No	Tahun	Laki-laki	Perempuan	Total
1	2009	20	2	22
2	2010	20	7	27
3	2011	39	11	50
4	2012	55	28	83

⁶Misbahuddin dan Arifuddin Tike, *Buku Profil Jurusan Manajemen Dakwah* (Makassar: UIN Alauddin, 2013), h. 2-3.

⁷Misbahuddin, Arifuddin Tike, h. 14-16.

5	2013	112	49	161
---	------	-----	----	-----

Sumber: Buku Profil Jurusan Manajemen Dakwah (2013)

Untuk melihat perkembangan mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah dilihat dari asal sekolah, maka Jurusan Manajemen Dakwah sudah banyak diminati oleh sekolah-sekolah tingkat lanjutan.

Tabel 2. Perkembangan mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi 5 tahun terakhir berdasarkan asal Sekolah

No	Asal Sekolah	Jumlah Mahasiswa				
		2009	2010	2011	2012	2013
1	SMA	7	4	11	18	39
2	SMK	3	-	1	2	11
3	MA/Pesantren	2	2	5	2	4
4	SMTA Lain	1	3	7	17	46
	Jumlah	13	9	24	39	100

Sumber: Buku Profil Jurusan Manajemen Dakwah (2013)

Hal ini dapat menjadi motivasi pada mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah bahwa perkembangan mahasiswa sudah banyak diminati oleh dari berbagai sekolah-sekolah tingkat lanjutan. Banyak faktor yang memotivasi mahasiswa angkatan 2013 dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Hal ini berkaitan dengan firman Allah swt dalam QS. Ar-ra'd/13:11.

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُعْزِلُوهُ مَا بِأَنفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِن وَالٍ

Terjemahnya :

“Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah

menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.”⁸

Ayat di atas menjelaskan bahwa perubahan atau keadaan suatu kaum itu tidak akan dapat berubah sehingga kaum itu sendiri yang merubahnya, baik perubahan itu secara umum dalam aspek kehidupan manusia dalam berkelompok ataupun individu, sehingga ini harusnya menjadi motivasi, dorongan dalam diri setiap orang (umat) untuk selalu bertindak dan bergerak dalam memenuhi kewajibannya terkhusus pada pemenuhan kebutuhan jasmaniah dan rohaniah dalam bentuk tanggung jawab atas kewajiban dasar khusus dalam kewajiban menuntut ilmu.

Sehingga motivasi mahasiswa angkatan 2013 dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah merupakan suatu kondisi internal dan eksternal (kadang-kadang diartikan sebagai kebutuhan, keinginan, atau hasrat) yang mengarahkan perilaku seseorang untuk aktif bertindak dalam rangka mencapai suatu tujuan.⁹ Berdasarkan hal di atas, maka menarik untuk dilakukan penelitian mengenai motivasi mahasiswa dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka perlu penegasan tentang rumusan masalah, guna mengarahkan kepada terlaksananya penelitian yang akan dilaksanakan. Adapun rumusan masalah yang dimaksud:

1. Apakah yang memotivasi mahasiswa dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar?

⁸Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: PT. Sygma Examedia Arkanleema, 2013), h. 250.

⁹Nursing, “*Hubungan-Motivasi-Belajar*”, <http://www.nursingcare07.blogspot.com/2013/04/.html>, Diakses pada tanggal 20 Oktober 2014.

2. Faktor yang dominan dalam memotivasi mahasiswa memilih Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar?

C. Fokus Penelitian dan Deskriptif Fokus

1. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini difokuskan pada motivasi mahasiswa khusus angkatan tahun 2013 dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

2. Deskripsi Fokus

Untuk menghindari terjadinya berbagai penafsiran yang keliru terhadap penelitian ini, penulis merasa perlu mengemukakan deskripsi fokus penelitian ini. Adapun deskripsi fokusnya yaitu:

- a. Motivasi mahasiswa dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah yang dimaksudkan disini adalah dorongan, harapan dan keinginan yang timbul pada diri mahasiswa secara sadar atau tidak sadar dalam motivasinya memilih kuliah di Jurusan Manajemen Dakwah pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu,¹⁰ baik dari dalam diri maupun dari luar individu mahasiswa.
- b. Faktor dominan yang memotivasi mahasiswa dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah adalah salah satu faktor yang utama penyebab motivasi diri baik dari internal maupun eksternal yang ditentukan sebuah dorongan, harapan dan keinginan pada setiap diri mahasiswa dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

¹⁰ Sulistyowati, KBBI. *Pengertian Motivasi*, (Jakarta: CV. Buana Raya, 2014), h. 267

D. Kajian Pustaka

Judul yang penulis akan teliti belum pernah diteliti oleh orang lain sebelumnya. Karya ilmiah ini merupakan penelitian pertama yang dilakukan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar. Ada beberapa hasil penelitian sebelumnya yang mempunyai relevansi dengan penelitian terkait motivasi mahasiswa angkatan 2013 dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah yaitu:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Ivan Hadisaputra Jurusan Manajemen, pada tahun 2008 dengan Judul, “Motivasi Mahasiswa Jurusan Manajemen dalam Memilih mata Kuliah Konsentrasi di Fakultas Ekonomi Unika Soegijapranata Semarang”. Penelitiannya merupakan penelitian lapangan yang menggambarkan tentang motivasi mahasiswa Jurusan Manajemen dalam memilih mata kuliah konsentrasi di Fakultas Ekonomi Unika Soegijapranata Semarang dengan permasalahan mengenai faktor-faktor dari atribut yang memotivasi mahasiswa memilih mata kuliah konsentrasi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Unika Soegijapranata.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Ikbil Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, pada tahun 2011 dengan Judul, “Pengaruh Motivasi terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi untuk mengikuti Pendidikan PPAk Universitas Diponegoro Semarang”. Penelitiannya berisi mengenai pengaruh motivasi terhadap minat mahasiswa akuntansi untuk mengikuti pendidikan PPAk Universitas Diponegoro Semarang, dengan permasalahan mengenai pengaruh motivasi mutu terhadap minat mahasiswa Akuntansi untuk mengikuti pendidikan PPAk Universitas Diponegoro Semarang serta pengaruh motivasi karir terhadap minat mahasiswa

Akuntansi untuk mengikuti pendidikan PPAk dan pengaruh motivasi ekonomi terhadap minat mahasiswa akuntansi untuk mengikuti pendidikan PPAk.

Persamaan penelitian ini dari kedua penelitian sebelumnya, jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, juga memiliki objek utama yaitu mahasiswa pada Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar dengan pertimbangan bahwa di Jurusan Manajemen Dakwah telah terjadi perkembangan jumlah peminat kuliah di Jurusan Manajemen Dakwah sebagaimana perkembangan berkelanjutan pada tahun Ajaran 2013. (lihat Tabel 1) untuk mendukung bagian pustaka ini.

Perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh Ivan Hadisaputra Jurusan Manajemen, pada tahun 2008 dengan Judul, “Motivasi Mahasiswa Jurusan Manajemen dalam Memilih mata Kuliah Konsentrasi di Fakultas Ekonomi Unika Soegijapranata Semarang dan penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Ikbil Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, pada tahun 2011 dengan Judul, “Pengaruh Motivasi terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi untuk mengikuti Pendidikan PPAk Universitas Diponegoro Semarang”, maka dapat dibedakan dari segi metode penelitian yang meliputi lokasi penelitian, populasi dan sampel.

E. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui motivasi mahasiswa Angkatan 2013 dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.
- b. Untuk mengetahui faktor yang dominan dalam memotivasi mahasiswa Angkatan 2013 dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

- 1) Sebagai tambahan pengetahuan mengenai faktor-faktor motivasi mahasiswa dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah.
- 2) Sebagai pengalaman belajar dalam penerapan pengetahuan yang diperoleh di Perguruan Tinggi UIN Alauddin Makassar.

b. Kegunaan Praktis

- 1) Dapat memberikan informasi dan pengetahuan khususnya bagi mahasiswa Manajemen Dakwah mengenai faktor-faktor motivasi mahasiswa dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah, agar lebih meningkatkan motivasinya di Jurusan Manajemen Dakwah
- 2) Memberikan kontribusi pada pengembangan teori-teori Manajemen Dakwah mengenai desain proses belajar mengajar, terutama yang berkaitan dengan Manajemen Dakwah serta dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan kualitas alumni Universitas.
- 3) Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam penambahan kepustakaan serta sebagai masukan bagi peneliti selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Pengertian Motivasi

Perilaku manusia ditimbulkan atau dimulai dengan adanya motivasi. Motivasi merupakan unsur penting yang harus dimiliki oleh setiap orang. Terdapat tiga hal utama dalam unsur motivasi, yaitu motivasi adalah fungsi pendorong kemampuan, usaha dan keinginan. Kemampuan adalah kapasitas yang dimiliki seseorang untuk melakukan atau menyelesaikan suatu pekerjaan. Usaha adalah waktu, energi, gerak yang dikeluarkan seseorang untuk mencapai keinginannya. Sedangkan keinginan adalah harapan, kemauan, dorongan hati, desakan untuk mencapai sesuatu sehingga dapat dikatakan bahwa motivasi¹

Secara umum Motivasi adalah proses yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan seorang individu untuk mencapai tujuannya.² Tiga elemen utama dalam definisi ini adalah intensitas, arah, dan ketekunan.³

Menurut French dan Raven, sebagaimana dikutip Stoner, Freeman dan Gilbert, motivasi adalah sesuatu yang mendorong seseorang untuk menunjukkan perilaku tertentu. *Motivation is the set of forces that cause people to behave in certain ways.*

¹ S.P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003), h. 23.

² Mitchell, T. R, *Research in Organizational Behavior* (Greenwich, CT: JAI Press, 1997), h. 60-62.

³ Robbins, Stephen P, Judge, Timothy A, *Perilaku Organisasi Buku 1* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), h. 222-232.

Motivasi terkait dengan sesuatu yang bersifat tidak dapat diukur (*intangibles*) dan tidak dapat dilihat secara kasat mata (*invisible*). Terdapat beberapa pendekatan dalam memahami motivasi. Sebagaimana dikemukakan oleh Stoner, Freeman dan Gilbert paling tidak tiga pendekatan yang telah dikenal dalam dunia manajemen, yaitu pendekatan tradisional atau dikenal sebagai tradisional model of motivation theory, pendekatan relasi manusia atau human relation model dan pendekatan sumber daya manusia atau human resources model.

Pendekatan tradisional. Pendekatan ini sering kali dikaitkan dengan perspektif saintifik dalam ilmu manajemen atau kelompok manajemen ilmiah.

Pendekatan relasi manusia pendekatan ini seringkali dikaitkan dengan Elton Mayo dan pengikutnya. Mayo justru menemukan bahwa pekerjaan sama yang terus menerus dilakukan akan menyebabkan kebosanan dan justru akan berimplikasi pada penurunan motivasi. Mayo menganggap bahwa kontak sosial atau relasi antar manusia justru akan membantu dan memelihara motivasi individu.

Pendekatan sumber daya manusia pendekatan ini simplikasi atau penyederhanaan pandangan terhadap individu yang hanya didasarkan pada uang dan interaksi sosial.⁴

Dapat dinyatakan bahwa motivasi merupakan akibat dari interaksi seseorang dengan situasi tertentu yang dihadapinya. Karena itulah terdapat perbedaan dalam kekuatan motivasi yang ditunjukkan oleh seseorang dalam situasi tertentu dibandingkan dengan orang lain yang menghadapi situasi yang sama. Bahkan

⁴Ernie Tisnawati Sule, Kurniawan Saifullah, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Kencana, 2008), h. 235-237

seseorang akan menunjukkan dorongan tertentu dalam situasi yang berbeda dan dalam waktu yang berlainan pula. Misalnya, tidak mustahil seorang mahasiswa sangat tekun membaca suatu novel yang dianggapnya menarik sampai ia selesai membaca buku tersebut, akan tetapi segera merasa bosan atau mengantuk kalau menghadapi ujian yang akan ditempuhnya di sekolahnya. Berarti apabila berbicara mengenai motivasi salah satu hal yang amat penting untuk diperhatikan ialah bahwa tingkat motivasi berbeda antara seseorang dengan orang lain dan dalam diri seseorang pada waktu yang berlainan.

Mengingat hal ini teramat penting karena jika dikaitkan dengan organisasional, yang menjadi sasaran utama pemberian motivasi oleh para menejer kepada bawahannya adalah peningkatan prestasi kerja bawahannya yang bersangkutan dalam rangka pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi. Akan tetapi prestasi kerja tidak dapat ditingkatkan hanya melalui pemberian motivasi saja, karena ia merupakan perkalian antara kemampuan dan motivasi.

Yang dimaksud motivasi adalah daya pendorong yang mengakibatkan seorang anggota organisasi mau dan rela untuk mengarahkan kemampuan dalam bentuk keahlian atau keterampilan tenaga dan waktunya untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya dan menunaikan kewajibannya, dalam rangka pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang telah ditentukan sebelumnya.⁵

⁵ Sondang P Siagian, *Teori Motivasi dan Aplikasinya* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), h. 137-138

Jelaslah bahwa motivasi menjadi dasar utama bagi seseorang memasuki organisasi adalah usaha dalam rangka usaha orang yang bersangkutan memuaskan berbagai kebutuhannya, baik yang bersifat politik, ekonomi, sosial dan berbagai kebutuhan lainnya yang semakin lama semakin kompleks. Karena keanggotaan seseorang dalam berbagai jenis organisasi, sambil mempertahankan ciri-ciri individualitasnya yang bersangkutan juga harus menyadari bahwa mutlak perlu dijaga keseimbangan antara hak dan kewajibannya, baik antara rekan-rekan para anggota organisasi yang lain secara individual, sebagai anggota kelompok maupun sebagai anggota organisasi.⁶

Motivasi berbeda-beda diantara orang-orang ia tergantung dari banyak faktor-faktor seperti kewibawaan, ambisi, pendidikan dan umur.

Berdasarkan teori hierarki kebutuhan Abraham Maslow, Teori X dan Y Douglas Mc Gregor maupun teori motivasi kontemporer, arti motivasi adalah alasan yang mendasari sebuah perbuatan yang dilakukan oleh seorang individu. Seseorang dikatakan memiliki motivasi tinggi dapat diartikan orang tersebut memiliki alasan yang sangat kuat untuk mencapai apa yang diinginkannya dengan mengerjakan pekerjaannya yang sekarang. Berbeda dengan motivasi dalam pengertian yang berkembang dimasyarakat yang seringkali disamakan dengan semangat, seperti contoh dalam percakapan "saya ingin anak saya memiliki motivasi yang tinggi". Statemen ini bisa diartikan orang tua tersebut menginginkan anaknya memiliki semangat belajar yang tinggi. Maka, perlu dipahami bahwa ada perbedaan penggunaan istilah motivasi di masyarakat. Ada yang mengartikan motivasi sebagai sebuah alasan, dan ada juga yang mengartikan motivasi sama dengan semangat.

⁶ Sondang P Siagian, *Teori Motivasi dan Aplikasinya* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), h. 79-80

Dalam hubungan antara motivasi dan intensitas, intensitas terkait dengan seberapa giat seseorang berusaha, tetapi intensitas tinggi tidak menghasilkan prestasi kerja yang memuaskan kecuali upaya tersebut dikaitkan dengan arah yang menguntungkan organisasi. Sebaliknya elemen yang terakhir, ketekunan, merupakan ukuran mengenai berapa lama seseorang dapat mempertahankan usahanya.

Chung dan Megginson yang dikutip oleh Faustino Cardoso Gomes, menerangkan bahwa pengertian motivasi adalah tingkat usaha yang dilakukan oleh seseorang yang mengejar suatu tujuan dan berkaitan dengan kepuasan kerja dan perfoman pekerjaan.

Mc Donald memilih pengertian motivasi sebagai perubahan tenaga di dalam diri seseorang yang ditandai oleh dorongan efektif dan reaksi-reaksi mencapai tujuan. Motivasi merupakan masalah kompleks, karena kebutuhan dan keinginan setiap individu berbeda satu dengan yang lainnya. Hal ini berbeda karena setiap individu adalah unik secara biologis maupun psikologis, dan berkembang atas dasar proses yang berbeda pula. T. Hani Handoko mengemukakan bahwa motivasi adalah keadaan pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan tertentu guna mencapai tujuan. T. Hani Handoko mengemukakan bahwa pengertian motivasi adalah keadaan pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan tertentu guna mencapai tujuan. Morgan mengemukakan bahwa motivasi bertalian dengan tiga hal yang sekaligus merupakan aspek-aspek dari motivasi. Ketiga hal tersebut adalah: keadaan yang mendorong tingkah laku, tingkahlaku yang di dorong oleh keadaan tersebut, dan tujuan dari pada tingkahlaku tersebut.

Sedangkan menurut Mitchell motivasi mewakili proses-proses psikologikal, yang menyebabkan timbulnya, diarahkannya, dan terjadinya persistensi kegiatan-kegiatan sukarela yang diarahkan ke tujuan tertentu. Pengertian motivasi menurut Wexley & Yukl adalah pemberian atau penimbunan motif, dapat pula diartikan hal atau keadaan menjadi motif. Gray lebih suka menyebut pengertian motivasi sebagai sejumlah proses, yang bersifat internal, atau eksternal bagi seorang individu, yang menyebabkan timbulnya sikap antusiasme dan persistensi, dalam hal melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu. H. Hadari Nawawi mendefinisikan motivasi sebagai suatu keadaan yang mendorong atau menjadi sebab seseorang melakukan sesuatu perbuatan atau kegiatan yang berlangsung secara sadar. Menurut Henry Simamora, pengertian motivasi menurutnya adalah Sebuah fungsi dari pengharapan individu bahwa upaya tertentu akan menghasilkan tingkat kinerja yang pada gilirannya akan membuahkan imbalan atau hasil yang dikehendaki. Soemanto secara umum mendefinisikan motivasi sebagai suatu perubahan tenaga yang ditandai oleh dorongan efektif dan reaksi-reaksi pencapaian tujuan. Karena kelakuan manusia itu selalu bertujuan, kita dapat menyimpulkan bahwa perubahan tenaga yang memberi kekuatan bagi tingkah laku mencapai tujuan, telah terjadi di dalam diri seseorang.⁷

A. Anwar Prabu Mangkunegara, memberikan pengertian motivasi dengan kondisi yang berpengaruh membangkitkan, mengarahkan dan memelihara perilaku yang berubungan dengan lingkungan kerja. W. J. Standon dalam Mangkunegara, bahwa suatu motif adalah kebutuhan yang distimulasi yang berorientasi pada tujuan individu dalam mencapai rasa puas.⁸

⁷Soemanto, *Pengertian Motivasi*, <http://pengertian-bahasa.blogspot.com/2013/02/pengertian-motivasi.html>. Diakses pada tanggal 06 Desember 2014.

⁸ Kartini Kartono, *Psikologi Sosial Untuk Manajemen Perusahaan dan Industri* (Jakarta: Rajawali, 1979), h. 151.

Demikian halnya Terry, bahwa motivasi diri sendiri timbul dari keinginan yang mendalam untuk mencapai tujuan tertentu, apapun halangan yang harus diatasinya. Pemikiran dan tindakan yang positif, bersama dengan keinginan yang keras yang melekat pada arah dan tujuan suatu tindakan, juga merupakan faktor-faktor motivasi.⁹

Motivasi dapat dilihat dari dua segi yang berbeda yakni :

- 1) Dari segi aktif atau dinamis, motivasi tampak sebagai usaha positif dalam menggerakkan, mengarahkan daya serta potensi tenaga kerja, agar secara produktif berhasil mencapai dan mewujudkan tujuan yang ditetapkan .
- 2) Jika dilihat dari segi pasif statis, motivasi akan tampak sebagai kebutuhan sekaligus juga sebagai perangsang untuk dapat menggerakkan dan mengarahkan potensi serta daya kerja manusia kearah yang diinginkan¹⁰

David Mc. Clelland, dalam teori motivasinya dikemukakan bahwa produktivitas seseorang ditentukan oleh “virus mental” yang ada pada dirinya. Virus mental adalah kondisi jiwa yang mendorong seseorang untuk mampu mencapai prestasinya secara maksimal. Virus mental yang dimaksud adalah *achievement motivation*. Motivasi berprestasi dapat diartikan sebagai dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan atau mengerjakan suatu kegiatan atau tugas dengan sebaik-baiknya, agar mencapai prestasi dengan predikat terpuji.¹¹

Dari batasan pengertian di atas terlihat bahwa berbicara mengenai motivasi mengandung tiga hal yang amat penting.

⁹ George R Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), h. 130.

¹⁰ Malayu P. Hasibuan, *Manajemen sumber Daya Manusia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), h. 145.

¹¹ David Mc. Clelland, dalam Hamriani, *Manajemen Dakwah* (Makassar: PT. Alauddin University Press, 2013), h. 103.

Pertama, pemberian motivasi berkaitan langsung dengan usaha pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasional. Tersirat pada pandangan ini ialah bahwa dalam tujuan dan sasaran organisasi terdapat tujuan dan sasaran pribadi para anggota organisasi yang diberi motivasi tersebut. Secara populer dapat dikatakan bahwa pemberian motivasi akan hanya efektif apabila dalam diri para bawahan yang digerakkan itu terdapat keyakinan bahwa dengan tercapainya tujuan dan berbagai sasaran organisasi tujuan pribadipun akan ikut pula tercapai. Hal ini sangat penting untuk mendapat perhatian karena, seperti dimaklumi, pendorong utama dan pertama bagi seseorang untuk memasuki organisasi tertentu ialah adanya persepsi dan harapannya bahwa dengan memasuki organisasi itu berbagai kepentingan pribadinya akan terlindungi dan berbagai kebutuhannya akan terpenuhi. Bahkan dapat dikatakan bahwa motif utama dan pertama tersebut dapat bersifat individualistik, malahan mungkin egosentris.

Kedua, terlihat dari batasan pengertian di atas ialah usaha tertentu sebagai akibat motivasi itu. Artinya motivasi merupakan proses keterkaitan antara usaha dan pemuasan kebutuhan tertentu. Dengan perkataan lain, motivasi merupakan kesediaan untuk mengerahkan usaha tingkat tinggi untuk mencapai tujuan organisasi. Akan tetapi kesediaan mengerahkan usaha itu sangat tergantung pada kemampuan seseorang untuk memuaskan berbagai kebutuhannya. Usaha merupakan ukuran intensitas kemauan seseorang. Apabila seseorang termotivasikan, yang bersangkutan akan berusaha keras untuk melakukan sesuatu.

Ketiga, yang terlihat dari definisi motivasi di atas adalah kebutuhan. Dalam usaha pemahaman teori motivasi dan aplikasinya, yang dimaksud dengan kebutuhan ialah keadaan internal seseorang yang menyebabkan hasil usaha tertentu menjadi

menarik. Artinya suatu kebutuhan yang belum terpuaskan menciptakan “ketegangan” yang pada gilirannya menimbulkan dorongan tertentu dalam diri seseorang. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa seseorang yang termotivasi sesungguhnya berada pada suasana ketenangan. Untuk menghilangkan ketegangan itu mereka melakukan usaha tertentu. Merupakan hal yang logis apabila usaha seseorang akan semakin besar Apabila tingkat ketegangan dirasakan semakin tinggi.¹²

B. Teori motivasi

Pada dasarnya mempelajari motivasi merupakan hal yang sederhana karena orang-orang pada dasarnya termotivasi atau terdorong untuk berperilaku dalam cara tertentu yang dirasakan mengarah pada perolehan ganjaran. Tetapi untuk memotivasi orang-orang tidaklah cukup dengan menawarkan mereka dengan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhannya yang penting. Alasannya adalah bahwa agar mereka termotivasi, mereka harus yakin bahwa mereka memiliki kemampuan untuk memperoleh ganjaran. Apabila seseorang merasa bahwa upayanya akan mengarah pada penyelesaian tugas, dan orang itu mengetahui bahwa penyelesaian tugas akan mengarah pada hasil penting (seperti pemenuhan kebutuhan akan status atau penghargaan) maka motivasi akan muncul. Teori ini diperjelas lagi oleh Maslow dalam As'ad dengan teorinya tentang kebutuhan manusia dan motivasinya, yang oleh Maslow dibagi menjadi lima tingkatan. Adapun kebutuhan-kebutuhan tersebut secara hierarki adalah :

1. *Physiological needs* (bersifat biologis)

Menurut Peter Drucker dalam Hasibuan, tidak ada bukti sedikit pun yang membenarkan penolakan penghargaan materi sebagaimana yang diduga orang, anti

¹² Sondang P Siagian, *Teori Motivasi dan Aplikasinya* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), h. 138-139

materialisme hanyalah mitos walaupun sering disanjung. Sebaik apapun hubungan manusia tidak dapat mengkompensasi kekurangan penghargaan moneter (dalam bentuk uang). Jika penghargaannya tepat, hubungan manusia yang baik akan memberi semangat yang lebih kepada karyawan, bahkan mampu memotivasi mereka untuk bekerja lebih giat. Seseorang yang mempunyai penghasilan besar memberikan banyak orang suatu rasa prestasi. Misalnya : sandang, pangan dan tempat berlindung, seks dan kesejahteraan individu. Kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang amat primer, karena kebutuhan ini telah ada dan terasa sejak manusia dilahirkan.

2. *Safety needs* (kebutuhan rasa aman)

Berkenaan dengan motif rasa aman adalah wajar jika pada saat tertentu harus mempunyai pertimbangan-pertimbangan mengenai langkah-langkah yang paling baik untuk melindungi diri sendiri dan keluarganya dari bahaya kecelakaan fisik maupun bahaya ekonomi. Keamanan dalam memilih jurusan dapat mempengaruhi mahasiswa untuk mengambil keputusan tentang apakah ia akan tetap bekerja di perusahaan itu atau mencari alternative lain yang lebih menjamin kelangsungan hidupnya. Motif rasa aman dalam menjalankan pekerjaan merupakan salah satu kebutuhan atau keinginan karyawan pada pekerjaannya. Motif rasa aman dalam pekerjaan ini meliputi keamanan terhadap jiwanya serta kesehatan sewaktu bekerja, kecemasan terhadap kemungkinan diberhENTIKANNYA dari pekerjaan serta jaminan di masa yang akan datang. Motif rasa aman dapat merupakan kebutuhan yang mendasar pada diri manusia, yang pada akhirnya karyawan akan merasa puas dalam menjalankan pekerjaannya. Kalau ini dikaitkan dengan kerja maka kebutuhan akan keamanan jiwanya sewaktu bekerja, selain itu juga perasaan aman akan harta yang ditinggal sewaktu bekerja. Perasaan aman juga menyangkut terhadap masa depan karyawan.

3. *Social needs* (kebutuhan-kebutuhan sosial)

Kebutuhan-kebutuhan sosial merupakan kebutuhan sosial, teman, afiliasi, interaksi, dicintai dan mencintai serta diterima dalam pergaulan kelompok dimana ia bekerja. Kebutuhan sosial dapat dibagi menjadi empat golongan.

a. Sense of belonging

kebutuhan akan diterima oleh orang lain.

b. Sense of importance

Kebutuhan akan dihormati karena setiap manusia merasa dirinya penting.

c. Sense of achievement

Kebutuhan akan kemajuan dan tidak gagal. Setiap orang akan senang akan kemajuan dan tak seorang pun senang akan kegagalan, kemajuan baik dalam bidang karir, harta dan jabatan merupakan kebutuhan serta idaman setiap orang.

d. Sense of participation

kebutuhan akan Perasaan ikut serta. Setiap anggota individu anggota organisasi akan merasa senang jika ia ikut sertakan dalam berbagai kegiatan diorganisasi dalam arti diberi kesempatan untuk memberikan saran-saran atau pendapat kepada pimpinan mereka.

Dari keempat golongan kebutuhan sosial di atas dapat diketahui bahwa apabila kebutuhan-kebutuhan tersebut dipenuhi akan menimbulkan prestasi kerja. Agar dapat diterima dilingkungkannya baik secara formal (kelembagaan perusahaan) maupun informal (sesama rekan kerja diluar kelembagaan perusahaan) berusaha agar dapat berprestasi.

Manusia pada hakekatnya adalah makhluk sosial, sehingga mereka mempunyai kebutuhan-kebutuhan sosial sebagai berikut :

- a. Kebutuhan akan diterima oleh orang lain dimana ia hidup dan berkembang.
- b. Kebutuhan akan perasaan dihormati, karena setiap manusia merasa dirinya penting.
- c. Kebutuhan akan prestasi.
- d. Kebutuhan akan ikut serta (*sense of participation*).

4. *Esteem needs* (kebutuhan akan harga diri)

Situasi yang ideal adalah apabila prestasi itu timbul, akan tetapi tidak selalu demikian halnya. Dalam hal ini semakin tinggi kedudukan seseorang, maka semakin banyak yang digunakan sebagai simbol statusnya itu. Kebutuhan penghargaan diri merupakan kebutuhan akan penghargaan diri dan pengakuan serta penghargaan prestise. Dapat dimanifestasikan dalam bentuk kepemilikan status dan mendapat ucapan terimakasih secara pribadi, pujian didepan publik. Penghargaan akan mendorong mahasiswa untuk meraih prestasi. Seseorang yang mempunyai motif untuk mendapatkan penghargaan atau pengakuan dirinya semakin besar cenderung akan meningkatkan prestasi kerjanya.

5. *Self Actualization* (kebutuhan ingin berbuat lebih baik)

Ini diartikan bahwa setiap manusia ingin mengembangkan kapasitas mental dan kapasitas kerjanya melalui pengembangan pribadinya. Oleh karena itu pada tingkat ini orang cenderung untuk mengembangkan diri dan berbuat lebih baik. Motif aktualisasi diri merupakan kebutuhan akan aktualisasi diri dengan menggunakan kemampuan, ketrampilan dan potensi optimal untuk mencapai prestasi kerja yang sangat memuaskan. Kebutuhan ini merupakan realisasi lengkap potensi seseorang secara penuh.

Dari titik pandang teori ini, akan mengatakan meskipun tidak ada kebutuhan

yang pernah dipenuhi secara lengkap, suatu kebutuhan yang dipuaskan secara cukup banyak (substansialnya) tidak lagi memotivasi. Jadi bila kita akan memotivasi seseorang, menurut Maslow perlu memahami sedang berada pada anak tangga manakah orang itu dan memfokuskan pada pemenuhan kebutuhan-kebutuhan di atas tingkat itu. Maslow memisahkan kelima kebutuhan itu sebagai order tinggi dan order rendah, yaitu kebutuhan faali dan keamanan sebagai order rendah sedangkan kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan dan aktualisasi diri merupakan kebutuhan order tinggi. Kelima kebutuhan tersebut sangat penting dan terkait dalam bentuk tingkatan yang teratur. Satu tingkat kebutuhan menjadi kuat setelah tingkat kebutuhan yang lebih rendah terpenuhi kepuasannya.¹³

Menurut Sutrisno Setiap teori motivasi berusaha untuk menguraikan apa sebenarnya manusia dan manusia dapat menjadi seperti apa. Dengan alasan ini, bisa dikatakan bahwa sebuah teori motivasi mempunyai isi dalam bentuk pandangan tertentu mengenai manusia. Teori motivasi dikelompokkan dua aspek, yaitu teori kepuasan dan teori motivasi proses.¹⁴

1. Teori Kepuasan

Teori ini mendasarkan pendekatannya atas faktor-faktor kebutuhan dan kepuasan individu yang menyebabkan bertindak dan berperilaku dengan cara tertentu. Teori kepuasan tersebut dipelopori oleh F. W. Taylor; Abraham H. Maslow; David McClelland; Frederick Herzberg; Clayton P. Alderfer; dan Douglas McGregor.

¹³ As'ad, M. *Seri Ilmu SDM: Psikologi Industri Edisi Keempat* (Yogyakarta: Liberty, 2001), h. 28.

¹⁴ Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Kencana, 2011), h. 121-122.

a. F. W. Taylor dengan Teori Motivasi Konvensional

Teori motivasi konvensional ini termasuk *content theory*, karena F. W. Taylor memfokuskan teorinya pada anggapan bahwa keinginan untuk pemenuhan kebutuhannya yang menyebabkan orang mau bekerja keras. Dengan teori ini dapat disebutkan bahwa seseorang akan mau berbuat didorong oleh ada atau tidak adanya imbalan yang akan diperoleh yang bersangkutan.

b. Abraham H. Maslow dengan Teori Hierarki

Teori motivasi yang dikembangkan oleh Maslow dalam Sutrisno mengemukakan bahwa kebutuhan manusia itu dapat diklasifikasikan ke dalam lima hierarki kebutuhan, yaitu:

1. Kebutuhan Fisiologis (*physiological*)

Kebutuhan untuk mempertahankan hidup dari kematian. Kebutuhan ini merupakan tingkat paling dasar yang diperkenalkan oleh Maslow. Kebutuhan ini berupa kebutuhan akan makan, minum, perumahan, pakaian, yang harus dipenuhi oleh seseorang dalam upayanya untuk mempertahankan diri dari kelaparan, kehausan, kedinginan, kepanasan, dan sebagainya.

2. Kebutuhan Rasa Aman (*safety*)

Menurut Maslow, setelah kebutuhan tingkat dasar terpenuhi, maka seseorang berusaha memenuhi kebutuhannya yang lebih tinggi, yaitu kebutuhan akan rasa aman dan keselamatan.

3. Kebutuhan Hubungan Sosial (*affiliation*)

Kebutuhan ini merupakan kebutuhan tingkat ketiga dari Maslow.

Kebutuhan ini merupakan kebutuhan untuk hidup bersama dengan orang lain. Kebutuhan ini hanya dapat terpenuhi bersama masyarakat, karena hanya orang lainlah yang dapat memenuhinya, bukan diri sendiri.

4. Kebutuhan Pengakuan (*esteem*)

Setiap orang yang normal membutuhkan adanya penghargaan diri dan penghargaan *prestise* diri dari lingkungannya. Semakin tinggi status dan kedudukan seseorang dalam perusahaan, maka semakin tinggi pula kebutuhan *prestise* diri yang bersangkutan.

5. Kebutuhan Aktualisasi Diri (*self actualization*)

Kebutuhan aktualisasi diri merupakan tingkat kebutuhan yang paling tinggi. Untuk memenuhi kebutuhan puncak ini biasanya seseorang bertindak bukan berdasarkan dorongan orang lain, tetapi karena kesadaran dan keinginan diri sendiri.¹⁵

c. David McClelland dengan Teori Motivasi Prestasi

Menurut David McClelland dalam Sutrisno, ada tiga komponen dasar yang dapat digunakan untuk memotivasi orang bekerja, yaitu:

1. *Need for achievement*

Merupakan kebutuhan untuk mencapai sukses, yang diukur berdasarkan standar kesempurnaan dalam diri seseorang. Kebutuhan ini berhubungan erat dengan pekerjaan, dan mengarahkan tingkah laku pada usaha untuk mencapai prestasi tertentu.

¹⁵ Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, h. 122.

2. *Need for affiliation*

Merupakan kebutuhan akan kehangatan dalam hubungannya dengan orang lain. Kebutuhan ini mengarahkan tingkah laku untuk mengadakan hubungan secara akrab dengan orang lain.

3. *Need for power*

Kebutuhan untuk menguasai dan mempengaruhi orang lain. Kebutuhan ini menyebabkan orang yang bersangkutan tidak atau kurang memperdulikan perasaan orang lain.¹⁶

d. Frederick Herzberg dengan Teori Model dan Faktor

Teori ini merupakan pengembangan dari teori hierarki kebutuhan Maslow. Menurut teori pemeliharaan motivasi ini ada dua faktor yang memengaruhi kondisi pekerjaan seseorang, yaitu:

1. Faktor pemeliharaan (*maintenance factor*)

Faktor pemeliharaan adalah faktor-faktor pemeliharaan yang berhubungan dengan hakikat manusia yang ingin memperoleh ketentraman badaniah. Kebutuhan kesehatan ini merupakan kebutuhan yang berlangsung terus-menerus karena kebutuhan ini akan kembali pada titik nol setelah dipenuhi.

2. Faktor motivasi (*motivation factor*)

Faktor motivasi merupakan faktor pendorong seseorang untuk berprestasi yang bersumber dari dalam diri seseorang yang bersangkutan. Faktor motivasi ini mencakup: kepuasan kerja, prestasi yang diraih, peluang untuk maju, pengakuan orang lain, kemungkinan pengembangan karir, dan tanggung jawab.

¹⁶ Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, h. 128

e. Clayton P. Alderfer dengan Teori ERG

Teori ini merupakan teori modifikasi dari teori hierarki kebutuhan Maslow. Dimaksudkan untuk memperbaiki beberapa kelemahan teori Maslow. Dalam memodifikasi ini memanfaatkan kelima tingkat kebutuhan Maslow menjadi tiga kebutuhan saja, yaitu:

1. *Existence* (keberadaan)

Kebutuhan ini merupakan kebutuhan seseorang untuk dapat terpenuhi dan terpeliharanya keberadaan yang bersangkutan sebagai seorang manusia di tengah-tengah masyarakat atau perusahaan.

2. *Relatedness* (kekerabatan)

Kekerabatan merupakan keterkaitan antara seseorang dengan lingkungan sosial sekitarnya.

3. *Growth* (pertumbuhan)

Kebutuhan akan pertumbuhan dan perkembangan ini merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan pengembangan potensi diri seseorang, seperti pertumbuhan kreativitas pribadi.

f. Douglas McGregor dengan Teori X dan Y

Prinsip teori X didasarkan pada pola pikir konvensional yang ortodoks, dan menyorot sosok negatif perilaku manusia. Dan prinsip umum teori Y amat jauh berbeda dari teori X. Teori ini merupakan suatu revolusi pola pikir dalam memandang manusia secara optimis, karena itu disebut sebagai teori potensial.

1. Teori Motivasi Proses

Teori proses ini berlawanan dengan teori-teori kebutuhan Maslow.

Teori-teori proses memusatkan perhatiannya pada bagaimana motivasi terjadi. Dengan kata lain, teori proses pada dasarnya berusaha menjawab pertanyaan bagaimana menguatkan, mengarahkan, memelihara, dan menghentikan perilaku individu agar

setiap individu bekerja giat sesuai keinginan manajer.¹⁷ Ada tiga teori motivasi proses yang lazim dikenal, yaitu teori harapan, keadilan, dan pengukuhan.

2. Teori Harapan (*expectacy Theory*)

Teori ini menyatakan bahwa kekuatan yang memotivasi seseorang bekerja giat dalam melaksanakan pekerjaannya bergantung pada hubungan timbal balik antara apa yang ia inginkan dengan kebutuhan dari hasil pekerjaan itu.

3. Teori Keadilan (*Equity Theory*)

Teori ini menekankan bahwa ego manusia selalu mendambakan keadilan dalam pemberian hadiah maupun hukuman terhadap setiap perilaku yang relatif sama. Keadilan merupakan daya penggerak yang memotivasi semangat kerja seseorang.

4. Teori Pengukuhan (*Reinforcement Theory*)

Teori pengukuhan didasarkan atas hubungan sebab dan akibat perilaku dengan pemberian kompensasi. Misalnya, promosi bergantung pada prestasi yang selalu dapat dipertahankan. Bonus kelompok bergantung pada tingkat produksi kelompok itu sendiri. Sifat ketergantungan tersebut bertautan dengan hubungan antara perilaku dan kejadian yang mengikuti perilaku itu.

¹⁷ Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, h. 140

Dalam hal ini terdapat teori yang populer mengenai kebutuhan manusia sebagai motivasi yang mendorong tingkah lakunya seperti dikemukakan oleh Robert kreitner dalam karyanya “*Manajemen*” (1) *Maslow’s Needs Hierarchy Theory* (teori hierarki kebutuhan menurut Maslow), (2) *Herzbreng’s Two-Theory* (teori dua faktor menurut Herzbreng) dan (3) *Expectancy Theory* (teori harapan).¹⁸

Abraham maslow seorang psikolog pada tahun 1943 mengajukan pendapat bahwa manusia itu dimotivasi oleh lima macam kebutuhan yang saling berurutan. Manusia sepanjang hidupnya selalu mempunyai berbagai kebutuhan. Apabila satu kebutuhan telah terpenuhi maka kebutuhan lain datang menyusul rangkaian kebutuhan manusia berturut-turut mulai dari yang paling mendasar menurut Maslow meliputi kebutuhan jasmaniah (*Physiological*) keamanan (*safety*) kecintaan (*love*) penghargaan (*esteem*) dan aktualisasi diri (*self-actualization*) kebanyakan orang tidak menyadari adanya Hierarki kebutuhan-kebutuhan tersebut, sehingga berbagai kebutuhan dirasakan sebagai keperluan yang sederajat dirasakan sebagai keperluan yang sederajat.

Kebutuhan jasmaniah yang merupakan kebutuhan yang paling mendasar meliputi kebutuhan pangan, sandang dan papan. semua kebutuhan fisik ini diperlukan untuk dapat bertahan hidup, sehingga tak ada sesuatu yang lebih penting dari usaha untuk memenuhi kebutuhan fisik tersebut.

Ketika kebutuhan dasar ini telah terpenuhi, Selanjutnya manusia mulai memikirkan tentang kebutuhan keamanan (*safety needs*), sehingga terhindar dari berbagai hambatan, gangguan dan ancaman. Dengan rasa aman ini memberikan ketenangan hidup dan memungkinkan untuk bekerja dengan baik dengan

¹⁸ H. Zaini Muchtarom, *Dasar-Dasar Manajemen Dakwah* (Yogyakarta: al-Amin Press, 1996), h. 49-50.

terpenuhinya kebutuhan dasar dan rasa aman, maka perhatian selanjutnya tertuju pada kebutuhan mendapat kecintaan (*Love needs*) guna memperoleh kepuasan batin. Kebutuhan untuk mencintai dan dicintai (*sense of belonging*) ini merupakan merupakan motivasi yang sangat kuat dalam kehidupan manusia, bahkan bersedia berkorban untuk memperolehnya.

Orang yang telah mendapatkan kecintaan melihat dirinya berharga. Rasa harga ini terwujud dalam bentuk penerimaan dan penghargaan oleh orang lain. Rasa harga diri ini penting sebagai orang yang melalui usahanya diharapkan dapat mencapai tujuan yang ingin dicapai.

Akhirnya kebutuhan untuk aktualisasi diri kedalam berbagai kegiatan merupakan motivasi untuk melahirkan kreativitas dan kemauan dalam berbagai bentuk dan bidang yang diminati. Kebutuhan aktualisasi ini merupakan puncak dari semua kebutuhan-kebutuhan yang telah disebutkan terdahulu. Dengan perkataan lain bahwa aktualisasi diri ini dilandasi oleh kebutuhan-kebutuhan lain yang telah terpenuhi.¹⁹

Teori kebutuhan Maslow tersebut di atas setelah diuji dalam kenyataan ternyata mempunyai kelemahan, sehingga susunan urutan kebutuhan yang diajukan dipertanyakan, karena ternyata dalam praktek hanya dua kebutuhan yang paling menonjol yaitu kebutuhan jasmaniah dan kebutuhan keamanan, sedangkan kebutuhan yang lain sangat bergantung pada keadaan seseorang. Bahkan dapat dikatakan bahwa adakalanya dua kebutuhan datang bersama dalam bobot sama pula.

¹⁹ H. Zaini Muchtarom, *Dasar-Dasar Manajemen Dakwah*, h. 50-51

Frederick Herzberg pada tahun 1950 mengajukan suatu teori motivasi yang didasarkan atas kepuasan yang datang dari dalam diri orang yang bersangkutan. Apabila orang itu mendapat kepuasan, maka ia akhirnya mendapatkan kepuasan.

Dimana sebenarnya faktor yang memberi kepuasan itu? Herzberg setelah melalui penelitian terhadap 200 orang terdiri dari para aukuntan dan insinyur, berpendapat bahwa sebenarnya faktor kepuasan itu terletak pada bentuk dan keadaan tugas yang dihadapi (*nature of the task*). Dengan perkataan lain bahwa seseorang termotivasi oleh isi pekerjaan itu sendiri (*job content*). Teori Harzberg ini merupakan kesimpulan yang ditarik dari penelitian setelah mempertanyakan tentang kesempatan mencapai kemajuan, pengakuan atas hasil pekerjaan, jenis tugas yang menyenangkan, pemberian tanggung jawab, pengalaman sukses yang dicapai dan lain-lain. Jadi kunci kepuasan dan motivasi itu terletak pada pekerjaan itu sendiri, bukan semata-mata soal bayaran, pengawasan atau faktor lingkungan lainnya.

Untuk sampai pada penyusunan teori itu Herzberg sebelumnya membuat daftar dua jalur. Jalur pertama berisi faktor-faktor yang tidak memuaskan. Dari jawaban atas pertanyaan mengenai pekerjaan yang terdapat dalam kedua jalur daftar tersebut, ia menarik kesimpulan umum berdasarkan konsistensi pola jawaban yang ada. Oleh karena itu teorinya disebut *Herzberg's two-factor theory*. Teori Herzberg ini juga mengandung kelemahan dan mengundang perdebatan, kerana faktor-faktor yang memuaskan dan tidak memuaskan itu tidak berlaku umum. Dalam kenyataan apa yang dianggap sebagai faktor yang tidak memuaskan bagi seseorang itu dapat menjadi faktor yang memuaskan bagi orang lain dan sebaliknya. Pengalaman menunjukkan bahwa orang yang sama dapat dimotivasi oleh kebutuhan (sesuatu)

yang berbeda pada waktu yang berbeda pula. Sebaliknya orang yang berbeda dapat dimotivasi oleh kebutuhan (sesuat) yang berbeda pada waktu yang sama.²⁰

C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi

Motivasi sebagai proses psikologis dalam diri seseorang akan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut dapat dibedakan atas faktor *intern* dan faktor *ekstern*.

a. Faktor Intern

Faktor intern yang dapat mempengaruhi pemberian motivasi pada seseorang antara lain:

1) Keinginan untuk dapat hidup

Untuk mempertahankan hidup, orang mau mengerjakan apa saja, apakah pekerjaan itu baik atau jelek, halal atau haram, dan sebagainya. Keinginan untuk dapat hidup meliputi kebutuhan untuk memperoleh kompensasi yang memadai, pekerjaan atau kegiatan yang tetap walaupun penghasilan tidak begitu memadai, dan kondisi yang aman dan nyaman.

2) Keinginan untuk dapat memiliki

Keinginan untuk memiliki benda dapat mendorong seseorang untuk mau melakukan pekerjaan. Hal ini dapat dialami dari kehidupan sehari-hari, bahwa keinginan yang keras untuk dapat memiliki itu dapat mendorong orang untuk mau melakukan kegiatan.

3) Keinginan untuk memperoleh penghargaan

Seseorang disebabkan adanya keinginan untuk diakui dan dihormati oleh orang lain. Jadi harga diri, nama baik, dan kehormatan yang ingin dimiliki itu harus

²⁰ H. Zaini Muchtarom, *Dasar-Dasar Manajemen Dakwah*, h. 51-52

diperankan sendiri, mungkin dengan bekerja keras memperbaiki nasib dan mencari rezeki, sebab status untuk diakui sebagai orang yang terhormat tidak mungkin diperoleh bila yang bersangkutan termasuk pemalas dan tidak mau bekerja.

4) Keinginan untuk memperoleh pengakuan

Keinginan untuk memperoleh pengakuan itu dapat meliputi hal-hal sebagai berikut yakni adanya penghargaan terhadap prestasi, adanya hubungan yang harmonis dan kompak, pimpinan yang adil dan bijaksana, dan Instansi tempat dihargai oleh masyarakat.

5) Keinginan untuk berkuasa

Keinginan untuk berkuasa akan mendorong seseorang untuk bekerja. Keinginan untuk berkuasa atau ingin menjadi pimpinan yaitu ingin dipilih menjadi ketua atau kepala.

b. Faktor *Ekstern*

Faktor *ekstern* juga tidak kalah perannya dalam melemahkan motivasi. Faktor-faktor *ekstern* itu adalah:

1) Kondisi lingkungan

Lingkungan yang baik dan bersih, mendapat cahaya yang cukup, bebas dari kebisingan, dan gangguan jelas akan memotivasi para seseorang dalam melakukan pekerjaan dengan baik. Namun lingkungan yang buruk, kotor, gelap, pengap, lembab, dan sebagainya akan menimbulkan cepat lelah, dan menurunkan kreativitas.

2) Kompensasi yang memadai

Kompensasi yang memadai merupakan alat motivasi yang paling ampuh bagi seseorang untuk mendorong kerja yang baik. Adapun kompensasi yang kurang

memadai akan membuat mereka kurang tertarik untuk kerja keras dan memungkinkan mereka melakukan pekerjaan dengan tidak tenang.

3) Pengajaran yang baik

Fungsi supervisi dalam suatu pekerjaan adalah memberikan pengarahan, membimbing, agar dapat melaksanakan kerja yang baik tanpa membuat kesalahan. Bila supervisi dekat dengan anggotanya dan menguasai liku-liku pekerjaan dan penuh dengan sifat-sifat kepemimpinan, maka suasana bekerja akan bergairah dan bersemangat.

4) Adanya jaminan pekerjaan

Setiap orang akan mau bekerja mati-matian mengorbankan apa yang ada pada dirinya untuk perusahaan, kalau yang bersangkutan merasa ada jaminan karir yang jelas dalam melakukan pekerjaan. Jaminan biasa berupa promosi jabatan, pangkat, maupun jaminan pemberian kesempatan untuk mengembangkan potensi diri.

5) Status dan tanggung jawab

Status atau kedudukan dalam jabatan tertentu merupakan dambaan bagi setiap seseorang. Dengan menduduki jabatan, orang merasa dirinya akan dipercaya, diberi tanggung jawab, dan wewenang yang besar untuk melakukan kegiatan-kegiatan.

6) Peraturan yang fleksibel

Peraturan yang bersifat melindungi dan dapat memberikan motivasi.²¹ Hal ini dapat dilihat dari banyak perusahaan yang besar yang memperlakukan sistem prestasi kerja dalam memberikan kompensasi kepada karyawannya, yang penting peraturan yang berlaku pada perusahaan tersebut perlu diinformasikan sejelas-jelasnya pada

²¹ Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Kencana, 2011), h. 116

para pegawai, sehingga tidak lagi bertanya-tanya atau merasa tidak mempunyai pegangan dalam melakukan pekerjaan.

D. Model Pengukuran Motivasi

Model-model pengukuran motivasi kerja telah banyak dikembangkan, diantaranya oleh McClelland Mangkunegara mengemukakan 6 (enam) karakteristik orang yang mempunyai motivasi berprestasi tinggi, yaitu memiliki tingkat tanggung jawab pribadi yang tinggi, berani mengambil dan memikul resiko, memiliki tujuan realistik, memiliki rencana kerja yang menyeluruh dan berjuang untuk merealisasikan tujuan, memanfaatkan umpan balik yang konkrit dalam semua kegiatan yang dilakukan, dan mencari kesempatan untuk merealisasikan rencana yang telah diprogramkan.²²

Edward Murray dalam Mangkunegara, berpendapat bahwa karakteristik orang yang mempunyai motivasi berprestasi tinggi adalah sebagai berikut yakni melakukan sesuatu dengan sebaik-baiknya, melakukan sesuatu dengan mencapai kesuksesan, menyelesaikan tugas-tugas yang memerlukan usaha dan keterampilan, berkeinginan menjadi orang terkenal dan menguasai bidang tertentu, melakukan hal yang sukar dengan hasil yang memuaskan, mengerjakan sesuatu yang sangat berarti, dan melakukan sesuatu yang lebih baik dari orang lain.²³

Berdasarkan hal di atas dapat dipahami bahwa dalam motivasi yang dikemukakan oleh para ahli itu sendiri memiliki beberapa penjabaran yang berbeda namun memiliki maksud dan tujuan yang sama.

Dari batasan ulasan di atas terlihat pula bahwa motivasi dapat bersumber dari dalam diri seseorang yang sering dikenal dengan istilah motivasi internal atau

²² Anwar Prabu Mangkunegara, *Evaluasi Kinerja* (Bandung : Refika Aditama, 2005), h. 67

²³ Anwar Prabu Mangkunegara, *Evaluasi Kinerja*, h. 68

motivasi instrinsik, akan tetapi dapat pula bersumber dari luar diri orang yang bersangkutan yang dikenal dengan istilah motivasi eksternal atau ekstrinsik. Faktor-faktor motivasi itu, dapat positif, akan tetapi dapat pula negatif.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yaitu pengumpulan data dari responden dengan bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subyek penelitian, baik itu perilakunya, persepsi, motivasi maupun tindakannya dan secara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.¹

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar yang berada di Jalan Samata Gowa (Sekitar 6 km arah selatan Kota Makassar).

B. Metode Pendekatan

Jenis pendekatan dalam penelitian ini menggunakan dua pendekatan. *Pertama*, pendekatan psikologi yang meliputi ilmu pengetahuan tentang jiwa yang diperoleh secara sistematis dengan metode-metode ilmiah yang meliputi spekulasi mengenai jiwa itu.² Berbicara tentang tingkah laku manusia yang dihubungkan dengan tingkah laku yang lainnya dan selanjutnya dirumuskan dalam hukum-hukum kejiwaan manusia.³ Adapun yang dimaksud dengan pendekatan psikologi dalam penelitian motivasi mahasiswa dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Alauddin Makassar, peneliti meminjam teori-teori yang telah

¹Lexy J. Moeleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Kerta Karya, 1998), h. 6.

²W. A Gerungan, *Psikologi Sosial* (Cet II; PT. Rafika Aditama, 2009), h. 1.

³Mufidah, *Psikologi Keluarga Islam Berwawasan Gender* (Malang: UIN Malang Press, 2008), h. 55.

mapan dalam bidang disiplin ilmu terkait psikologi untuk mengungkapkan dan menjelaskan mengenai suatu fenomena atau gejala tertentu dalam kaitannya dengan motivasi mahasiswa dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah.

Kedua, pendekatan manajemen, yaitu pendekatan manajemen dalam hal ini meminjam teori-teori yang telah mapan dalam bidang disiplin ilmu manajemen untuk mengungkapkan dan menjelaskan mengenai suatu fenomena atau gejala-gejala yang terkait dengan motivasi mahasiswa dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwa.

C. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah pengumpulan data yang dilakukan secara langsung pada lokasi penelitian atau obyek yang diteliti, data primer diperoleh melalui hasil wawancara dengan para responden, yaitu para mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Angkatan 2013 Semester 3 (tiga) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh untuk mendukung data primer. Data sekunder yang digunakan antara lain yaitu studi kepustakaan dengan cara mempelajari dan mengutip dari berbagai konsep yang terdiri dari banyaknya literatur baik dari buku, jurnal, majalah, koran atau karya tulis lainnya ataupun memanfaatkan dokumen tertulis, gambar, foto-foto atau benda-benda yang berkaitan dengan aspek yang diteliti.

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari literatur buku profil Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar

tahun 2013, yaitu berupa data jumlah mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah 13 informan dan data pendukung lainnya yang terkait dengan penelitian ini.

D. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini meliputi penelitian kepustakaan (*library research*) dan penelitian lapangan (*field research*).

a. Penelitian Kepustakaan (*library research*)

Penelitian kepustakaan yang dimaksud disini adalah satu cara pengumpulan data yang bersifat teoritis, berdasarkan literatur yang berkaitan dengan objek penelitian. Penggunaan metode ini digunakan dengan dua bentuk, yaitu:

- 1) Kutipan langsung, yaitu penulis mengutip dari bahan referensi yang berkaitan dengan pembahasan tanpa mengubah redaksi kalimat, isi, serta makna.
- 2) Kutipan tidak langsung yaitu mengutip dari bahan referensi yang berkaitan dengan pembahasan dalam bentuk ikhtisar, uraian atau ulasan sehingga terkadang terdapat perbedaan dengan konsep aslinya, namun tidak mengubah atau mengurangi makna dari tujuan yang dimaksudkan.

b. Penelitian Lapangan (*field research*).

Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan mengamati secara langsung objek penelitian dimana peneliti terjun langsung ke lokasi penelitian yang telah ditentukan. Pengumpulan data di lapangan atau lokasi dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa:

- 1) Observasi, dengan melakukan pengamatan langsung kepada objek yang diteliti. Observasi merupakan alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.⁴
- 2) Wawancara, merupakan proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan. Wawancara dilakukan dengan proses tanya jawab menjawab permasalahan peneliti. Adapun dengan objek yang akaninforman dalam penelitian sebanyak 10 mahasiswa (nama informan terlampir).
- 3) Dokumentasi, sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan berbentuk dokumen. Sebagian besar data yang tersedia adalah berbentuk surat-surat, catatan harian, cinderamata, foto dan lainnya.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan Kualitatif Deskriptif. Analisis ini ditujukan untuk member jawaban terhadap motivasi mahasiswa yaitu analisis yang ditunjukkan pada perkembangan dan pertumbuhan dari suatu keadaan dan hanya memberikan gambaran tentang keadaan tertentu dengan cara menguraikan tentang sifat-sifat dari objek penelitian tersebut. Langkah-langkah analisis data kualitatif adalah sebagai berikut:

- a. Reduksi data, pada tahap ini dilakukan pemilihan anantara relevan tidaknya anantara data dan tujuan penelitian.⁵ Informasi dari lapangan sebagai bahan

⁴Choild Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Cet. VIII; Jakrta: PT. Bumi Aksara, 2007), h. 70.

⁵Tjutj_Soedarni, “*Teknik Analisa Penelitian Kualitatif*” http://upi.ude. Direktori/FIP/JUR._PEND._LUAR-BIASA/19562141980032-Tjutju_SOEDARNI/Power_Point_Perkuliahan/Penelitian_PKKH/Teknik_analisis_dt.kual.ppt_%5BCo mpatipatibility_Mode%5D.pdf, diakses pada tanggal 16 Mei 2013.

mentah diringkas, disusun lebih sistematis, serta ditonjolkan pokok-pokok yang penting sehingga lebih mudah dikendalikan.

- b. Display data, untuk dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari gambaran keseluruhan. Pada tahap ini peneliti berupaya mengklarifikasikan dan menyajikan data sesuai dengan pokok permasalahan yang diawali dengan pengkodean pada setiap sub pokok permasalahan.
- c. Penarikan kesimpulan dan verifikasi data, kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari hubungan, persamaan atau perbedaan. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subyek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep dasar penelitian. Verifikasi dimaksudkan agar penilaian tentang kesesuaian data dengan maksud yang terkandung dalam konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut lebih tepat dan obyektif.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Jurusan Manajemen Dakwah

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, memiliki beberapa Jurusan diantaranya Jurusan Manajemen Dakwah. Jurusan Manajemen Dakwah berdiri sejak tahun 1996 dan mendapatkan SK operasional dari Menteri Agama RI dengan Nomor SK Menteri Agama Nomor E/50/1999 tanggal 25 Maret 1999, sebagai jawaban atas perkembangan dan tuntutan kebutuhan, sekaligus menganulir pemahaman *reduksionis* yang menganggap dakwah sebagai *Khitabah* atau *Tablig* (Ceramah), bertujuan memberikan pemahaman tentang teori-teori lembaga dakwah, menghasilkan lulusan yang mampu mengelola lembaga-lembaga dakwah dengan sistem manajemen modern, menghasilkan lulusan yang mampu mempraktekkan teori-teori manajemen dakwah dalam mengendalikan lembaga-lembaga dakwah, memiliki lulusan yang mampu mengembangkan lembaga-lembaga dakwah secara profesional, menghasilkan lulusan yang mampu melakukan kerjasama dengan lembaga-lembaga dakwah.¹

Jurusan ini mendapat sambutan baik dan menarik minat calon mahasiswa dengan angka yang cukup signifikan, apalagi setelah jurusan tersebut terakreditasi B berdasarkan SK Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Nomor: 013/BAN-PT/Ak-XII/SI/VI/2009 tanggal 5 Juni 2009. Perkembangan mahasiswa dari tahun ketahun mengalami perkembangan yang cukup signifikan, hal ini menunjukkan

¹ Misbahuddin dan Arifuddin Tike, *Buku Profil Jurusan Manajemen Dakwah*, h.2.

adanya pemahaman yang lebih baik dari masyarakat terhadap Jurusan Manajemen Dakwah.²

Budaya organisasi jurusan didesain agar terjadi '*feminisme manajemen*', yakni aktifitas manajemen yang fleksibel tapi optimal dan menggugah komitmen. Sebegitu mencairnya pola hubungan dan komunikasi sesama staf pengajar dan jajaran manajemen Jurusan Manajemen Dakwah membuat proses diseminasi skill dan pengetahuan manajemen menjadi mudah terjadi. Kekuatan staf pengajar Jurusan Manajemen Dakwah terletak pada banyaknya dosen dengan gelar megister dibidang manajemen, baik luar negeri maupun dalam negeri. Selain itu, sebagian dosen manajemen dakwah juga ada yang berasal dari kalangan birokrat dan praktisi konsultan bisnis. Untuk memfasilitasi gairah akademisi, jurusan mendirikan "Lembaga Pengembangan dan Konsultansi Manajemen" yang dikelola langsung oleh staf pengajar Jurusan Manajen Dakwah.

Konsentrasi Jurusan Manajemen Dakwah terklasifikasi pada dua orientasi; yakni kelembagaan Islam dan kewirausahaan Islam. Dari implementasi dua konsentrasi itu, Jurusan Manajemen Dakwah memiliki fokus pada pembentukan kompetensi manajemen, bisnis dan entrepreneurship. Ada tiga landasan perkuliahan Jurusan Manajemen Dakwah. Pertama, fondasi mata kuliah dengan penekanan pada spiritual dan *character building* seperti ahklak tasawwuf, etos kerja Islam, psikologi, ilmu dakwah, etika bisnis Islam, dan sebagainya. Kedua, fondasi mata kuliah dalam dimensi kemanajerialan seperti teori dan konteks organisasi, prinsip manajemen kontemporer, strategi bisnis, kepemimpinan, manajemen SDM (sumber daya manusia), manajemen pemasaran, manajemen keuangan, manajemen organisasi

² Misbahuddin, Arifuddin Tike, *Buku Profil Jurusan Manajemen Dakwah*, h. 2

nirlaba, perilaku dan budaya organisasi, dan sebagainya. Ketiga, fondasi mata kuliah dengan bingkai praktek kewirausahawan seperti manajemen koperasi, manajemen bisnis, kewirausahaan Islam, dan sebagainya.

Dengan memiliki asas *Change Management* dan nilai-nilai dakwah kontemporer, arah pembelajaran manajemen kemudian diadaptasi sedemikian rupa sehingga mahasiswa menguasai skill dan *knowledge* tentang manajemen praktis di semua jenis organisasi. Dengan kapasitas seperti ini, obyek kajian riset terbatas lagi hanya pada institusi atau lembaga yang berlabel Islam saja seperti KBIH, baitul mal wat Tamwil (BMT), bank muamalat, Islamic center, pondok pesantren, kementerian agama, yayasan Islam, dan sebagainya; tetapi mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah diharapkan mampu bersaing dalam melakukan aksi dan penelitian dilembaga dan perusahaan akseleratif seperti yayasan kalla group, PT. semen tonasa, PT. semen bosowa, surat kabar harian fajar, surat kabar harian tribun timur dan sebagainya.³

Sejak lahirnya Jurusan Manajemen Dakwah sejak tahun 1996 telah dinahkodai oleh beberapa ketua dan sekretaris jurusan sebagai berikut:

1. Pada tahun 1996 sampai dengan 1997 dipimpin oleh Drs. Iftitah Jafar, MA, sebagai ketua jurusan dan Drs. Hamiruddin sebagai sekretaris jurusan
2. Pada tahun 1997 sampai dengan 2001 dipimpin oleh Drs. Hamiruddin M.Ag sebagai ketua jurusan dan Mustari Mustafa, S.Ag sebagai sekretaris jurusan
3. Pada tahun 2001 sampai dengan 2005 dipimpin oleh Dra. Murniaty sirajuddin, M.Pd sebagai ketua jurusan dan H. Burhanuddin, Lc.,M.Ag sebagai sekretaris jurusan

³ Misbahuddin dan Arifuddin Tike, *Buku Profil Jurusan Manajemen Dakwah*, h. 8-9

4. Pada tahun 2005 sampai dengan 2009 dipimpin oleh Drs. Muhammad Anwar, M.Hum sebagai ketua jurusan dan H. Burhanuddin Lc., M.Ag sebagai sekretaris jurusan.
5. Pada tahun 2009 sampai dengan 2013 dipimpin oleh Dr. Misbahuddin, M.Ag sebagai ketua jurusan dan H. Burhanuddin Lc., M.Ag sebagai sekretaris jurusan.
6. Pada tahun 2013 sampai dengan 2017 dipimpin oleh Dr. Misbahuddin, M.Ag sebagai ketua jurusan dan Dra. Siti Nasriah sebagai sekretaris jurusan.⁴

Selama beberapa periode adanya Jurusan Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, telah terjadi enam (6) kali penggantian ketua jurusan maupun sekretaris jurusan yang memimpin Jurusan Manajemen Dakwah selama dua (2) periode yakni Dr. Misbahuddin, M.Ag.

Dalam Jurusan Manajemen Dakwah adapun beberapa potensi sebagai berikut:

a. Pengetahuan dan Pemahaman

1. Menguasai teori-teori manajemen dakwah
2. Mengerti dan memahami prinsip-prinsip manajemen dakwah
3. Mengerti dan memahami seluk-beluk lembaga dakwah
4. Mengerti dan memahami unsur-unsur manajemen dakwah

b. Keterampilan Intelektual

1. Menguasai perancangan lembaga dakwah yang fungsional
2. Menguasai cara mengidentifikasi, merumuskan dan menyelesaikan masalah-masalah lembaga dakwah

⁴ Misbahuddin dan Arifuddin Tike, *Buku Profil Jurusan Manajemen Dakwah*, h. 5

3. Menguasai teknik pengembangan lembaga dakwah
4. Menguasai pembuatan proposal kegiatan dakwah

c. Keterampilan Praktis dan Manejerial

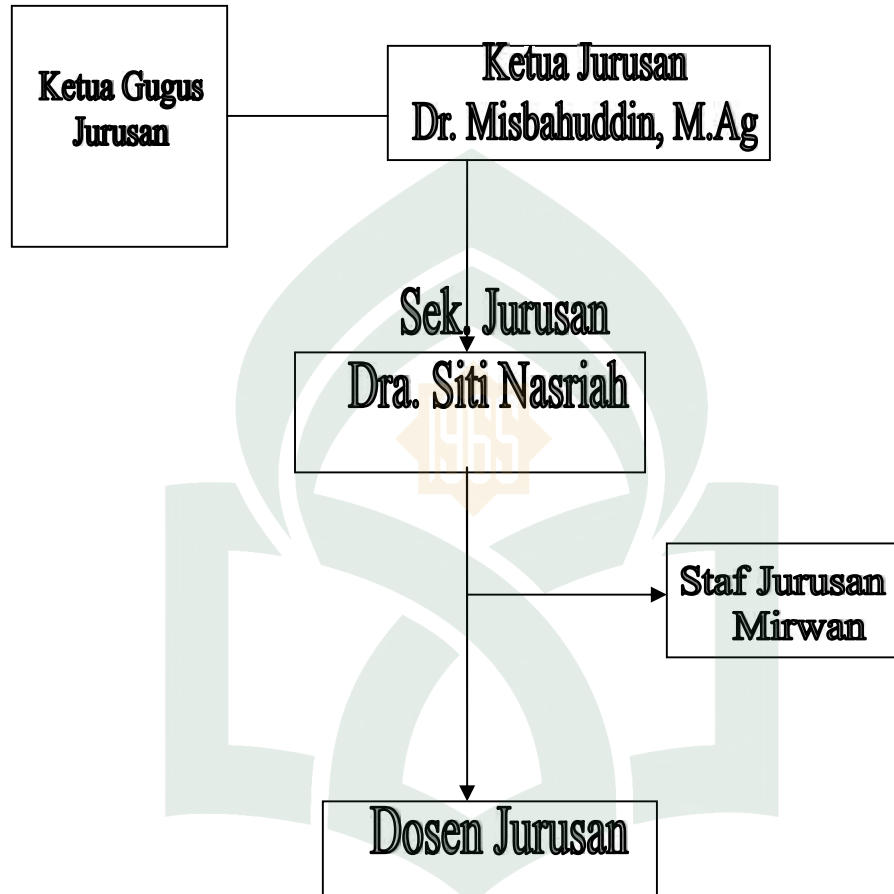
1. Terampil dalam menerapkan sistem informasi manajemen dakwah
2. Terampil dalam mengelola lembaga dakwah
3. Terampil dalam mengatur kegiatan dakwah
4. Terampil dalam meneliti lembaga sosial keagamaan
5. Mampu bekerja sama dan menyesuaikan diri dengan cepat dilingkungan kerja
6. Mampu mengembangkan diri dalam menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi secara profesional
7. Mampu memanfaatkan dan menerapkan teknologi informasi dan komunikasi
8. Menguasai metode penerapan manajemen dakwah dalam berbagai situasi
9. Terampil dalam menerapkan *technical skill*, *human skill* dan *conceptual skill* pada pelaksanaan kegiatan dakwah

d. Keterampilan Emosional dan Spiritual

1. Menjunjung tinggi norma, tata nilai moral agama etika dan tanggungjawab secara profesional
2. Mengedepankan profesionalisme dan etika dalam tindakan dakwah
3. Mendahulukan stabilitas emosional dalam pengendalian lembaga dakwah.⁵

⁵ Misbahuddin dan Arifuddin Tike, *Buku Profil Jurusan Manajemen Dakwah*, h. 3-4

Struktur Jurusan dapat digambarkan sebagai berikut:



Adapun nama-nama Dosen Jurusan Sebagai Berikut:⁶

Tabel 1.

No.	Nama Dosen	Pangkat/Golongan	Keahlian/Mata kuliah Binaan
1.	Prof. Dr. H. Abustami Ilyas	Guru Besar/IV/e	Hadis
2.	Dr. Mahmuddin, M.Ag	Pembina utama Muda	Managemen Dakwah
3.	Drs. Abd. Waris Hamid, M. Hum.	Pembina/IV/b	Bahasa Inggris
4.	Dr. Misbahuddin, M.Ag	Pembina Utama/IV/c	Usul Fikhi
5.	Drs. Muh Anwar, M. Hum	Pembina/IV/b	Retorika
6.	Dra. St. Nasriah, M. Sos. I	Pembina/IV/a	Sejarah Dakwah
7.	Dr. H. Muh Ilham, M.Pd	Pembina/IV/a	Sejarah Peradaban Islam
8.	Dr. H. Burhanuddin, Lc., M.Ag	Lektor/III/d	Hadis
9.	Hamriani, S.Sos,I.,M.Sos. I.	Lektor/III/d	Manajemen Dakwah

Nama-nama dosen di atas adalah dosen yang telah terampil dalam bidangnya masing-masing yang diberikan kepercayaan untuk menjadi Pembina sekaligus dosen pengajar di Jurusan Manajemen Dakwah yang ada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.⁷

⁶ Misbahuddin dan Arifuddin Tike, *Buku Profil Jurusan Manajemen Dakwah*, h. 6

⁷ Misbahuddin dan Arifuddin Tike, *Buku Profil Jurusan Manajemen Dakwah*, h. 7

Berikut jumlah mahasiswa berdasarkan asal sekolah:

Tabel 2.

Asal Sekolah	Jumlah Mahasiswa				
	2009	2010	2011	2012	2013
SMA	7	4	11	18	39
SMK	3	-	1	2	11
MA / Pesantren	2	2	5	2	4
SMTA Lain	1	3	7	17	46
Jumlah	13	9	24	39	100

Berikut gambaran mengenai data perkembangan mahasiswa manajemen dakwah fakultas dakwah dan komunikasi:⁸

Tabel 3.

No	Tahun	Laki-laki	Perempuan	Total
1	2009	20	2	22
2	2010	20	7	27
3	2011	39	11	50
4	2012	55	28	83
5	2013	112	93	205

Berikut dapat kita lihat Visi dan Misi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar:⁹

a. Visi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Program studi manajemen dakwah sebagai pusat kajian dan pengembangan dakwah menuju terciptanya manajerial dakwah yang professional.

⁸ Misbahuddin dan Arifuddin Tike, *Buku Profil Jurusan Manajemen Dakwah*, h. 16

⁹ Misbahuddin dan Arifuddin Tike, *Buku Profil Jurusan Manajemen Dakwah*, h 14

b. Misi Manajemen Dakwah FDK

1. Menyiapkan sumber daya manusia yang profesional dibidang manajemen dakwah.
2. Menyiapkan alumni yang mampu mengkaji dan mendesain materi-materi dakwah sesuai kebutuhan masyarakat.

Berikut tujuan dari manajemen dakwah sebagai berikut:

1. Tujuan Jurusan Manajemen Dakwah FDK

- a. Mampu memahami teori-teori lembaga dakwah
- b. Menghasilkan lulusan yang mampu mengelola lembaga-lembaga dakwah dengan sistem manajemen modern.
- c. Menghasilkan lulusan yang mampu mempraktekkan teori-teori manajemen dakwah dalam mengendalikan lembaga-lembaga dakwah.
- d. Memiliki lulusan yang mampu mengembangkan lembaga-lembaga dakwah secara profesional.
- e. Menghasilkan lulusan yang mampu melakukan kerja sama dengan lembaga-lembaga dakwah.

B. *Motivasi Mahasiswa dalam Memilih Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.*

Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang memiliki beberapa jurusan, yakni jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI), Kesejahteraan Sosial (Kesos), Juranlistik, Ilmu Komunikasi (IKom) dan yang terakhir Jurusan Manajemen Dakwah. Dalam hal ini khususnya mahasiswa Manajemen Dakwah memiliki motivasi tersendiri dalam memilih jurusan tersebut.. Seperti dikemukakan oleh salah satu mahasiswi Jurusan Manajemen Dakwah angkatan 2013

dalam memilih jurusan tersebut sebagai pilhan pertama. Alasannya, dia merasa memiliki kapasitas diri untuk belajar mengenai hal-hal yang berkaitan dengan ilmu manajemen dan keilmuan dakwah yang ingin dipahami sebelum menduduki bangku perkuliahan. Alhasil sampai saat ini, beberapa mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah sudah mulai merasakan sedikit demi sedikit manfaat mempelajari beberapa mata kuliah yang berhubungan dengan jurusan tersebut. Terlebih lagi jika didukung dengan motivasi atau dorongan yang tinggi.¹⁰

Keinginan seseorang untuk memilih sesuatu yang berhubungan dengan masa depan, contohnya memilih jurusan yang tepat memang harus selalu didasari oleh motivasi yang tinggi serta ketekunan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Sebab, ketika seseorang ingin mendapatkan sesuatu namun tidak memiliki motivasi dan dorongan kuat dalam dirinya atau dengan kata lain tidak memiliki semangat untuk mengarah kepada apa yang menjadi sebuah harapan dan tujuan, maka hal itu akan sulit dicapai dan berpengaruh besar terhadap diri seseorang terhadap apa yang menjadi tujuannya.

Disisi lain, seorang mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah bernama Bimo juga memiliki motivasi diri yang kuat untuk memilih jurusan tersebut. Dia beranggapan bahwa hal ini merupakan awal dari perjalanan menjadi seorang pelajar dari sekolah agama Islam. Sehingga berminat masuk di Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar dan memilih Jurusan Manajemen Dakwah. Alasan lainnya, dia juga ingin memperkuat ilmu yang bersifat umum dan ilmu yang berkaitan dengan agama Islam khususnya mengenai dakwah.¹¹

¹⁰ Dillah, Mahasiswa Manajemen Dakwah, *Wawancara* , Gowa, pada tanggal 22 November 2014.

¹¹ Bimo. Mahasiswa Manajemen Dakwah, *Wawancara* , Gowa, pada tanggal 22 November 2014.

Minat yang dirasakan oleh mahasiswa tersebut membuat mereka mempunyai perhatian terhadap sesuatu sehingga berkeinginan kuat untuk mengetahui dan mempelajari serta membuktikan apa yang menjadi motivasinya selama ini.

Perlu diketahui, bahwa dalam mempelajari suatu hal diperlukan pemusatan perhatian agar apa yang dipelajari dapat dipahami. Sehingga para mahasiswa dapat melakukan sesuatu yang sebelumnya tidak dapat dilakukan. Maka dari itu, terjadilah suatu perubahan kelakuan.¹² Misalnya ketika seseorang tersebut belum merasakan bangku perkuliahan dengan jurusan yang dipilihnya, dia belum mengetahui apapun bagaimana menjadi seorang mahasiswa dan pelajaran-pelajaran yang berhubungan dengan jurusan yang dipilihnya.

Namun, ketika seseorang tersebut telah memasuki bangku perkuliahan dan memilih jurusan yang tepat sesuai dengan hati nuraninya, maka akan terjadi perubahan dalam diri mahasiswa tersebut baik dari segi kognitif, psikomotor, dan afektif. Terlebih jika memilih Jurusan Manajemen Dakwah, maka mahasiswa tersebut akan dibekali ilmu agama khususnya ilmu dakwah dan dapat mempraktekkannya kelak nanti. Dimana sebelumnya, mereka belum mendapatkan pembelajaran tentang hal itu, namun ketika mereka memilih jurusan tersebut mereka akan mendapatkannya sesuai dengan minat dan motivasi mereka ketika memilih Jurusan Manajemen Dakwah.

Dari kedua tanggapan mahasiswa di atas dalam memilih jurusan yang tepat buat diri mereka, berda halnya dengan anggapan dari seorang mahasiswa bernama Tahmin. Dia memilih Jurusan Manajemen Dakwah sebagai langkah awalnya untuk meneruskan semangat dakwah ayahnya yang telah meninggal dunia. Selain itu,

¹² Zaif, *Definisi Minat*, <https://zaifbio.wordpress.com/tag/definisi-minat/html>, Diakses pada tanggal 21 November 2014.

harapannya kelak nanti bisa menjadi kebanggaan bagi keluarganya maupun lingkungan sekitarnya.¹³

Rata-rata mahasiswa yang memasuki jenjang perguruan tinggi dikarenakan adanya dorongan atau keinginan diri sendiri yang timbul dari dalam individu mahasiswa. Sehingga mahasiswa tersebut dapat berproses dengan baik dalam relasi lingkungan Jurusan Manajemen Dakwah, dan adapun mahasiswa yang hanya melihat dari gambaran awal Manajemen sehingga tertarik untuk memilih jurusan tersebut.

Memang tak bisa dipungkiri ketika seseorang telah lulus SLTA/ sederajat dan ingin melanjutkan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi seperti memilih Perguruan Tinggi. Maka hal yang paling sulit dilakukan adalah ketika akan memilih jurusan yang tepat atau sesuai dengan bakat dan keinginan seseorang. Terlebih ketika seseorang tersebut tidak memiliki keinginan sebelumnya akan memilih jurusan apa, maka orang tersebut akan memilih jurusan yang menurutnya unik.

Seperti tanggapan dari seorang mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bernama Rafiqah Hidayah yang beranggapan bahwa pada awalnya memang tertarik masuk di Fakultas Dakwah dan Komunikasi karena adanya keinginan sendiri dengan alasan akan mempelajari ilmu dakwah. Dimana dalam fakultas tersebut terdapat beberapa jurusan. Namun dia tertarik memilih Jurusan Manajemen Dakwah karena melihat adanya keunikan pada jurusan tersebut. Disamping itu, keunikan lainnya adalah jurusan tersebut telah memadukan antara ilmu Manajemen dan ilmu Dakwah.¹⁴

¹³Tahmin. Mahasiswa Manajemen Dakwah, *Wawancara*, Gowa, pada tanggal 10 Desember 2014.

¹⁴Rafika Hidayah, Mahasiswa Manajemen Dakwah, *Wawancara*, Gowa, pada tanggal 22 November 2014.

Namun, ada juga beberapa mahasiswa yang memilih Jurusan Manajemen Dakwah karena adanya dorongan dari keluarga.¹⁵ Hal itu tentunya tidak sesuai dengan keinginan, sebab bukan keluarga yang akan menjalani proses perkuliahan tersebut tapi mahasiswa itu sendiri. Namun seiring dengan berjalannya waktu, mahasiswa itu mulai merasa nyaman dengan jurusan yang telah dipilih oleh keluarganya dan tetap bertahan di jurusan tersebut karena adanya pula teman-teman yang selalu mendukung dan bersama serta saling mengarahkan.

Selain itu, harapan keluarga dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah untuk mahasiswa tersebut karena ingin melihat bagaimana jurusan ini memiliki prospek ke depannya dan dapat diterapkan pada masyarakat luas khususnya dalam bidang organisasi lembaga dakwah, baik itu instansi perusahaan ataupun lembaga-lembaga lainnya. Misalnya, Departemen Agama, Bank *Syariah*, Bank *Muamalah* dan lain-lain yang membutuhkan tenaga kerja Manajemen Dakwah.¹⁶ Tapi disamping itu, ada pula mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah bernama Muh. Basri yang sudah merasa nyaman dan senang menjalani perkuliahannya di jurusan tersebut. Serta tidak ada rasa penyesalan dalam dirinya karena telah memilih jurusan itu¹⁷

Berbagai macam alasan para mahasiswa ketika memilih jurusan Manajemen Dakwah. Memang sebelum memilih sesuatu harus di pikirkan terlebih dahulu secara matang sebelum menjalaninya, terlebih lagi jika hal tersebut terkait dengan jenjang pendidikan maka harus difikirkan dengan baik. Sebab, dari tanggapan mahasiswa tersebut di atas, ada yang memilih Jurusan Manajemen Dakwah karena pilihan

¹⁵Sumarni. Mahasiswa Manajemen Dakwah. *Wawancara*, Gowa, pada tanggal 25 November 2014.

¹⁶Zul Fadli. Mahasiswa Manajemen Dakwah, *Wawancara*, pada tanggal 25 November 2014.

¹⁷ Muh Basri, Mahasiswa Manajemen Dakwah, *Wawancara*, Gowa pada tanggal 23 November 2014.

sendiri, ada pula karena pilihan orang tua, ada pula yang ingin memperdalam ilmu agamanya, serta ada pula disebabkan karena lulusnya tepat di Jurusan Manajemen Dakwah walaupun bukan pilihan pertama.

Seperti tanggapan dari mahasiswi bernama Mantasiah yang beranggapan bahwa awalnya mendapat informasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi dari media internet kemudian mendaftarkan diri untuk masuk melalui jalur PTIN, SPMB, UML dan yang terakhir masuk jalur UMK dimana dia masuk dan memilih Jurusan Manajemen Dakwah sebagai pilihan kedua dan lulus di jurusan ini, dengan tetap optimis menjalani perkuliahan dan dengan harapan mampu memahami serta mendalami jurusan tersebut.¹⁸

Hal tersebut sama pula terjadi pada seorang mahasiswa bernama Akbar yang mengikuti jalur UMK. Hanya saja, awalnya dia melihat ada dua jurusan Manajemen di UIN Alauddin Makassar yakni jurusan Ilmu Manajemen yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta jurusan Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Dan ketika mengikuti jalur UMK, dia akhirnya memilih Jurusan Manajemen Dakwah karena adanya motivasi untuk mempelajari ilmu Dakwah lebih dalam lagi.¹⁹

Itulah berbagai alasan para mahasiswa dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah. Dan tentunya tujuan mereka memilih dan menjalani perkuliahan di jurusan tersebut karena ingin melihat prospek ke depannya. Alasan ini dituturkan oleh salah seorang mahasiswi bernama Ridha Nur Suci yang termotivasi memilih Jurusan Manajemen Dakwah karena ingin melihat prospek ke depannya dengan berbagai

¹⁸ Mantasiah. Mahasiswa Manajemen Dakwah, *Wawancara*, Gowa, pada tanggal 29 November 2014.

¹⁹ Akbar, Mahasiswa Manajemen Dakwah, *Wawancara*, Gowa, pada tanggal 25 November 2014.

peluang pekerjaan, baik tenaga kerja sebagai dosen atau pekerja kantor. Dalam dirinya ada keinginan dan dorongan yang bersumber dari apa yang dia lakukan itu. Sehingga membuat dia senang dan merasa nyaman terkhusus yang telah dia rasakan selama kuliah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Manajemen Dakwah.²⁰

Dari hasil wawancara di atas mengenai motivasi mahasiswa dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah dapat disimpulkan bahwa, pada dasarnya motivasi mahasiswa itu berbeda-beda dalam memilih jurusan, hal itu didasarkan tiga hal utama dalam unsur motivasi, yaitu motivasi adalah fungsi pendorong kemampuan, usaha dan keinginan. Kemampuan adalah kapasitas yang dimiliki seseorang untuk melakukan atau menyelesaikan suatu pekerjaan, misalnya motivasi mahasiswa manajemen dakwah dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah didasarkan pada suatu yang menghubungkan pada faktor internal dan eksternalnya. Usaha adalah waktu, energi, gerak yang dikeluarkan setiap individu untuk mencapai keinginannya. Sedangkan keinginan adalah harapan, kemauan, dorongan hati, desakan untuk mencapai sesuatu sehingga dapat dikatakan bahwa motivasi.²¹ Motivasi mahasiswa dalam memilih Jurusan Manajemen dakwah didasarkan pada dorongan atau tindakan yg timbul pada dirinya secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu²²

Berdasarkan hal ulasan di atas beberapa hasil wawancara yang telah dirampung guna untuk mengetahui motivasi mahasiswa Angkatan 2013 dalam memilih

²⁰ Ridha Nur Suci, Mahasiswa Manajemen Dakwah, *Wawancara*, Gowa, pada tanggal 25 November 2014.

²¹ S.P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003), h. 23.

²² Sulistyowati, KBBI. *Pengertian Motivasi*, (Jakarta: CV. Buana Raya, 2014), h. 267.

Jurusan Manajemen Dakwah. Maka, tidak lepas dari faktor internal dan eksternal itu sendiri.

C. Faktor yang Dominan dalam Memotivasi Mahasiswa Angkatan 2013 dalam Memilih Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai faktor dominan dalam memotivasi mahasiswa angkatan 2013 dalam memilih jurusan Manajemen Dakwah maka ditetapkan faktor dominanannya adalah faktor internal, hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang telah dilakukan pada saat penelitian.

Seperti yang di kemukakan oleh Bimo bahwa motivasi dia dalam memilih jurusan ini, merupakan awal dari perjalanannya menjadi seorang pelajar dari pesantren, sehingga minat masuk dan mencoba memilih di Universitas Islam Negeri UIN Alauddin Makassar dengan alasan ingin belajar lebih dalam ilmu-ilmu yang berkaitan dengan agama Islam. Awalnya tertarik dengan jurusan ini dengan alasan dakwahnya dan berkeinginan tetap melanjutkannya di jurusan ini.²³

Tanggapan dari Bimo di atas menegaskan adanya keinginan dan motivasinya dalam memilih jurusan ini, tanpa ada paksaan dari luar melainkan faktor dari keinginannya sendiri. Atau dengan kata lain karena faktor internal dalam kaitannya dengan unsur motivasi dan dengan adanya unsur usaha untuk tetap mempertahankan keinginannya di Jurusan Manajemen Dakwah.

Jika dilihat dari keinginan atau minat, terdapat empat faktor yang mendukung keinginan itu sendiri. Pertama yakni harapan, seperti yang diungkapkan oleh Tahmin bahwa motivasi dia dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah karena dorongan

²³ Bimo. Mahasiswa Manajemen Dakwah, *Wawancara*, Gowa, pada tanggal 22 November 2014.

dalam diri sebagai langkah awal untuk meneruskan semangat dakwah dari ayahanda yang telah meninggal dunia. Dengan harapan ingin menghidupkan semangat beliau dengan dakwahnya, selain itu termotivasi karena ingin menjadi kebanggaan bagi keluarga dan lingkungan sekitarnya.²⁴

Kedua adalah kemauan. Dimana pada awalnya memang tertarik masuk di Fakultas Dakwah dan Komunikasi karena keinginan sendiri dengan alasan dakwahnya. Seperti diketahui Fakultas Dakwah memiliki beberapa jurusan, namun memang tertarik di Jurusan Manajemen Dakwah dengan melihat keunikan nama jurusan tersebut. Dan keunikan di sisi lainnya karena jurusan tersebut telah memadukan antara ilmu Manajemen dan ilmu Dakwah.²⁵

Ketiga adalah dorongan hati. Seperti yang dituturkan oleh Sumarni bahwa motivasinya dalam memilih jurusan Manajemen Dawkah adalah karena faktor dorongan dari keluarga semata yang membuat dia memilih jurusan ini. Namun pada akhirnya dia merasa nyaman dan tetap bertahan di jurusan tersebut karena adanya teman-teman yang selalu mendukung dan bersama serta saling mengarahkan sampai saat ini.²⁶

Dan yang keempat adalah desakan untuk mencapai suatu tujuan. Nur Hidayatullah yang telah mengungkapkan alasannya dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah mengatakan bahwa faktor motivasi atau dorongan dalam diri bersumber dari keinginan dan harapan-harapan setelah selesai di Jurusan Manajemen Dakwah. Tanpa ada paksaan ataupun desakan dari luar melainkan dorongan inilah

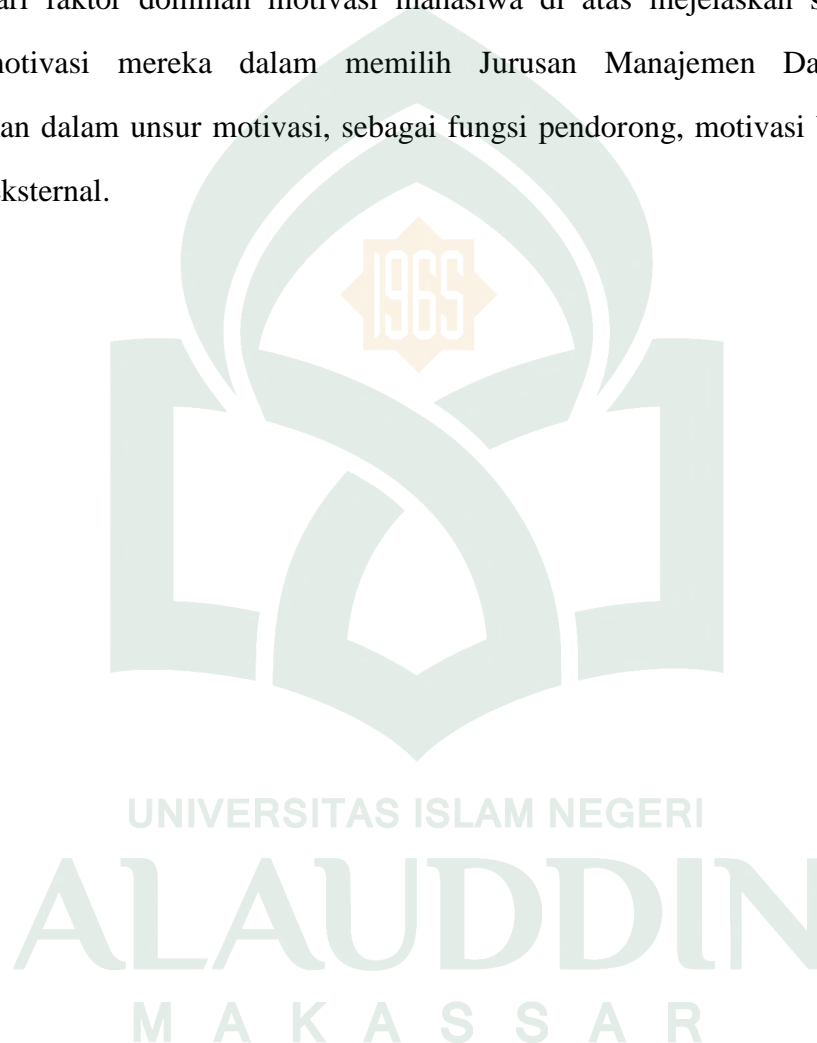
²⁴ Tahmin. Mahasiswa Manajemen Dakwah, *Wawancara*, Gowa, pada tanggal 10 Desember 2014.

²⁵ Rafika Hidayat, Mahasiswa Manajemen Dakwah, *Wawancara*, Gowa, pada tanggal 22 November 2014.

²⁶ Sumarni, Mahasiswa Manajemen Dakwah, *Wawancara*, Gowa, pada tanggal 25 November 2014.

yang membawa sampai jenjang saat ini dengan mengikuti apa yang menjadi motivasinya. Daya gerak dan semangatnya mengikuti perkuliahan di jurusan tersebut tidak lain hanya untuk mencapai tujuan yang diharapkan.²⁷

Dari faktor dominan motivasi mahasiswa di atas menjelaskan secara rinci faktor motivasi mereka dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah yang berdasarkan dalam unsur motivasi, sebagai fungsi pendorong, motivasi baik internal maupun eksternal.



²⁷ Nur Hidayatullah, Mahasiswa Manajemen Dakwah, *Wawancara*, Gowa, pada tanggal 25 November 2014.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat diperoleh kesimpulan hasil dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Motivasi mahasiswa dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, diantaranya adalah faktor internal dan faktor eksternal, dimana faktor internal dan eksternal menjadi dasar adanya dorongan, usaha, harapan-harapan dan keinginan mahasiswa dalam mencapai tujuannya setelah lulus kuliah dari Jurusan Manajemen Dakwah.
2. Faktor yang dominan dalam memotivasi mahasiswa dalam memilih Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar adalah faktor internal itu sendiri yang timbul dari dalam diri mahasiswa, sehingga menjadi sebab faktor utama dalam menggapai harapan dan keinginan sampai kepada tujuannya setelah lulus kuliah dari Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

B. Implikasi Penelitian

1. Diharapkan kepada mahasiswa jurusan agar lebih termotivasi dalam meningkatkan bakat dan minat kuliah Fakultas Dakwah dan Komunikasi khususnya pada Jurusan Manajemen Dakwah.
2. Diharapkan kepada pihak Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi

khususnya pada Jurusan Manajemen Dakwah agar meningkatkan metode pengembangan mata kuliah.

3. Adanya kerjasama antara mahasiswa dan pihak Akademik dalam melakukan kegiatan maupun proses pembelajaran agar mahasiswa lebih termotivasi dalam meningkatkan potensi yang dimilikinya.

Dalam hasil penelitian ini tidaklah sempurna, maka untuk penelitian yang jauh lebih baik lagi, penulis mengharapkan saran, kritikan, dan masukan yang dapat membangun penulis untuk penelitian yang jauh lebih baik lagi.



DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, *Psikologi Dakwah*. Cet. II; Jakarta: Bumi Aksara, (1993).
- Bellin dan Toten, *Moderinisasi dan Masalah Model Pembangunan Terjemahan*. Jakarta: Yayasan Ilmu-ilm Sosial, (1985).
- Badan Eksekutif Mahasiswa, *Buku Panduan UIN Alauddin Makassar: Mengenal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar*. Makassar, (2013).
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: PT. Sygma Examedia Arkanleema, (2013).
- Gerungan W. A, *Psikologi Sosial*. Cet. II; PT. Rafika Aditama, (2009).
- Hamriani, *Manajemen Dakwah*. Cet. I Makassar: PT. Alauddin University Press, (2013).
- Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara, Jakarta, (2003).
- Handoko, Hani T, *Manajemen*. Yogyakarta. Penerbit: BPFE, (2003).
- Hasibuan, H. Malayu SP.. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta Penerbit: Bumi Aksara, (2001).
- Moeleong Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Kerta Karya, (1998).
- Munir Muhkam Abd, *Paradigma Intelektualk Muslim: Pengantar Filsafat Pendidikan dan Dakwa*. Yogyakarta: Si Press, (1993).
- Makalah-Pendidikan-Islam <http://ceritakuaja.wordpress.com/2013/05/26/> (23 Oktober 2014)
- Motivsi Belajar Intelektual Skill Menurut Arifin*”, [https:// www.google.co.id/](https://www.google.co.id/Pengertian_motivasi_menurut_Arifin).
Pengertian_motivasi_menurut Arifin, 1999 (23 Oktober 2013).
- Motivasi-Belajar” <http://sunartombs.wordpress.com/2008/09/23/> / Thursan Danim Sudarwan Danim (23 Oktober 2014).

- Misbahuddin, Arifuddin Tike, *Buku Profil Jurusan Manajemen Dakwah* Makassar: UIN Alauddin, (2013).
- Mahmudin, *Manajemen Dakwah Dasar*. Cet. I; Alauddin: University Press, (2011)
- Mufidah, *Psikologi Kelurga Islam Berwawasan Gender*. Malang: UIN Malang Press, (2008).
- Muchtarom Zaini H, *Dasar-Dasar Manajemen Dakwah*. Cet. I Yogyakarta: Al-Amin Press, (1996).
- Mangkunegara, A. Anwar Prabu, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, (2000).
- Nawawi Hadari dan Martini Hadari, *Instrument Penelitian Bidang Sosial*. Cet. II; Yogyakarta: Gadj Mada University Press, (1999)
- Nasution S, *Metode Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsinto, (1996)
- Narbuko, Choild dan Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian*. Cet. VIII; Jakarta: PT. Bumi Aksara, (2007).
- Sudirman, dkk, *Ilmu Pendidikan*. Cet. I; Jakarta: Mutiara, (1986).
- Siagian Sondang P, *Teori Motivasi dan Aplikasinya*. Jakarta: Rineka Cipta, (2004).
- Tisnawati Ernie Sule, Kurniawan Saifullah, *Pengantar Manajemen*. Jakrata: Kencan, (2008).
- Tjutj_Soedarni, “Teknik Analisa Penelitian Kualitatif” http://upi.uide.Direktori/FIP/JUR._PEND._LUAR_BIASA/19562141980032-Tjutju_SOEDARNI/Power_Point_Perkuliahan/Penelitian_PKKH/Teknik_analisis_dt.kual.ppt_%5BCompatibility_Mode%5D.pdf (16 Mei 2031
- Terry George R, *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Cet. IX; Jakarta: PT. Bumi Aksara, (2008).
- UIN Alauddin Makassar. *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Makassar Alauddin Press, (2013).
- Robbins, Stephen P, *Perilaku Organisasi*. Edisi 9. PT Indeks, Jakarta. (2003).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Ijjas biasa dipanggil **Ijjas** lahir di Bisara, Desa Tanrara, Gowa pada tanggal 15 April 1992, merupakan anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan suami istri Hamjah Dg Ngeppe dan Nujiati Dg Ratu. Dengan segala kekurangan mulai mengecap pendidikan dasar di SD Inpres Bisara pada tahun 1998 dan tamat pada tahun 2004,

Kemudian melanjutkan pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Pesantren Abnaul Amir Kabupaten Gowa selama 3 tahun dan mendapat ijazah tamat pada tahun 2007, pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan ke jenjang selanjutnya di Madrasah Aliyah Pesantren Abnaul Amir Kabupaten Gowa dan mendapatkan ijazah tamat tahun 2010, kemudian melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar melalui jalur UMK pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Penulis bersyukur atas karunia Allah swt, sehingga dapat menyelesaikan jenjang pendidikan yang merupakan bekal untuk masa depan. Penulis berharap dapat mengamalkan ilmu yang telah diperoleh dengan sebaik-baiknya dan membahagiakan orang tua serta berusaha menjadi manusia yang berguna bagi agama, keluarga, masyarakat, bangsa dan negara.